

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR**

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
EXPORTACIÓN DE CALZADO PARA DAMA DE LA
FÁBRICA ROVER’S DE LA CIUDAD DE AMBATO HACIA
NEW YORK-ESTADOS UNIDOS EN EL PERÍODO 2014”.**

AUTOR:

María Belén Sánchez Aguachela

RIOBAMBA-ECUADOR 2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Hítalo Bolívar Veloz Segovia

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Angelita Genoveva Tapia Bonifaz

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Certifico que las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias, son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

María Belén Sánchez Aguachela

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico sin lugar a dudas a mis queridos padres, quienes han sido el eje principal en mi formación personal y profesional, gracias a su esfuerzo y amor me han impulsado a que siempre salga adelante y me han animado a que continúe en un camino de superación.

María Belén Sánchez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer infinitamente a Dios por las bendiciones que a diario recibo, a mis padres, y familia en general, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y sus docentes quienes han impartido sus conocimientos en el transcurso de mi vida universitaria, además quiero extender un sincero y especial agradecimiento a mis tutores Ingeniero Hítalo Veloz e Ingeniera Genoveva Tapia quienes fueron mi guía en la elaboración de este trabajo.

María Belén Sánchez

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	ii
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1. Formulación del Problema.....	1
1.1.2. Delimitación del Problema	1
1.2. OBJETIVOS	2
1.2.1. Objetivo General.....	2
1.2.2. Objetivos Específicos	2
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	4
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL.....	4
2.1.1. Proyecto	4
2.1.1.1. Definición	4

2.1.1.2. Etapas.....	6
2.1.1.3. Investigación de mercado	8
2.1.1.4. Estudio técnico.....	11
2.1.1.5. Estudio económico financiero	15
2.1.2. Calzado	25
2.1.2.1. Antecedentes.....	26
2.1.2.2. Situación	26
2.1.2.3. Producción	27
2.1.2.4. Tendencias de moda.....	29
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	30
3.1. IDEA A DEFENDER	30
3.1.1. Idea General.....	30
3.1.2. Ideas Específicas	30
3.2. VARIABLES	30
3.2.1. Variable Independiente	30
3.2.2. Variable Dependiente	30
3.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
3.5. MÉTODOS	31
3.6. TÉCNICAS.....	31
3.7. INSTRUMENTOS.....	31
3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	31
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	33
4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	33
4.1.1. Objetivos de la Investigación de Mercados	33

4.1.2. Análisis global sobre la producción de Calzado	35
4.1.2.1. Principales productores de calzado a nivel mundial	35
4.1.2.2. Principales importadores de calzado a nivel mundial	35
4.1.2.3. Principales exportadores de calzado a nivel mundial	37
4.1.3. Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos	39
4.1.3.1. Representatividad de Estados Unidos en las exportaciones ecuatorianas ...	39
4.1.3.2. Inversiones de Estados Unidos en Ecuador	39
4.1.3.3. Principales sectores de inversión de estados unidos en ecuador	40
4.1.4. Análisis del sector	40
4.1.5. La Demanda	43
4.1.5.1. Metodología para cuantificar la demanda	43
4.1.5.2. Segmentación De Mercado	44
4.1.5.3. Factores que afectan la demanda	46
4.1.6. Análisis de la producción de calzado en Estados unidos	47
4.1.6.1. Proyecciones	48
4.1.7. Análisis de las importaciones de calzado en Estados Unidos	50
4.1.7.1. Proyecciones	51
4.1.8. Análisis de las exportaciones de calzado de Estados Unidos	52
4.1.8.1. Proyecciones	53
4.1.9. Consumo aparente	55
4.1.10. Población económicamente activa en Estados Unidos	56
4.1.10.1. Proyección	56
4.1.11. Consumo per cápita	57
4.1.12. Consumo Recomendado	58
4.1.13. Demanda insatisfecha	58

4.1.13.1. Déficit por Habitante	58
4.1.13.2. Déficit Total	59
4.1.14. La oferta	60
4.1.14.1. Oferta del proyecto	60
4.1.14.2. Factores que afectan a la oferta.....	61
4.1.15. Marketing mix.....	62
4.1.15.1. Producto	62
4.1.15.1.1. Nombre:	62
4.1.15.1.2. Logo:	62
4.1.15.1.3. Slogan:	63
4.1.15.1.4. Variedad:.....	63
4.1.15.1.5. Diseño	63
4.1.16.1.6. Calidad:	66
4.1.16.1.7. Marca registrada:	66
4.1.16.1.8. Empaque y embalaje:.....	66
4.1.16.1.9. Tamaños:.....	67
4.1.16.1.10. Servicios:	67
4.1.16.1.11. Garantía:.....	68
4.1.16.1.12. Política de devoluciones:	69
4.1.16.2. Precio	69
4.1.16.2.1. Formas de pago:.....	70
4.1.16.3. Plaza.....	70
4.1.16.3.1. Canales:.....	70
4.1.16.3.2. Cobertura:	71
4.1.16.3.3. Transporte:	72

4.1.16.4. Promoción.....	72
4.1.16.4.1. Publicidad:	72
4.1.16.4.2. Personal de ventas:.....	73
4.2. ESTUDIO TÉCNICO	73
4.2.1. Objetivos del estudio técnico.....	73
4.2.2. Tamaño del proyecto	73
4.2.3. Localización del proyecto	74
4.2.4. Ingeniería del proyecto	75
4.2.5. Estudio administrativo	84
4.3. ESTUDIO LEGAL	87
4.3.1. Título.....	87
4.3.2. Desarrollo de la propuesta	87
4.3.2.1. Partida arancelaria.....	87
4.3.2.2. Requisitos y documentos para exportar	87
4.3.2.3. Registro como exportador.....	90
4.3.2.4. Proceso Aduanero	93
4.3.2.5. Documentos requeridos para exportar	95
4.3.2.6. Régimen aduanero	98
4.3.2.7. Incoterms	99
4.4. ESTUDIO AMBIENTAL.....	99
4.5. ESTUDIO FINANCIERO	102
4.5.1. Estado de Situación Financiera.....	107
4.5.2. Estado de resultados.....	109
4.5.3. Valor actual neto.....	110
4.5.4. Tasa interna de Retorno	111

4.5.5. Relación Costo Beneficio	112
4.5.6. Periodo de recuperación de la inversión	113
4.5.7. Punto de Equilibrio	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
Conclusiones	116
Recomendaciones	116
BIBLIOGRAFÍA	118
INTERNET	119

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Principales importadores de calzado y sus partes en el mundo 2007-2012	36
TABLA 2: Principales exportadores de calzado.....	38
Tabla 3: Flujo de IED DE EEUU EN ECUADOR por sectores	40
TABLA 4: Índices económicos de NEW YORK	43
TABLA 5: Población activa y mano de obra.....	43
TABLA 6: Segmentación geográfica	45
TABLA 7: Segmentación demográfica	45
TABLA 8: Segmentación psicográfica.....	45
TABLA 9: Segmentación conductual.....	46
TABLA 10: Producción histórica de calzado EN EEUU	47
TABLA 11: Proyección de calzado en ESTADOS UNIDOS	48
TABLA 12: Proyección de la producción de calzado en ESTADOS UNIDOS periodo 2010 – 2018	49
TABLA 13: Importaciones históricas de calzado en ESTADOS UNIDOS	51
TABLA 14: Cálculos para la proyección de las importaciones de calzado en ESTADOS UNIDOS	52
TABLA 15: Proyección de las importaciones de calzado en ESTADOS UNIDOS, periodo 2014-2018	52

TABLA 16: Exportaciones históricas de calzado de ESTADOS UNIDOS	53
TABLA 17: Proyección de exportación de calzado en ESTADOS UNIDOS	54
TABLA 18: Proyección de las exportaciones de calzado EN ESTADOS UNIDOS, periodo 2014-2018	54
TABLA 19: Consumo aparente	55
TABLA 20: PEA Histórico de ESTADOS UNIDOS.....	56
TABLA 21: Proyección de la PEA de ESTADOS UNIDOS	56
TABLA 22: PEA proyectada, del 2013 al 2018	57
TABLA 23: Consumo PER cápita de calzado en ESTADOS UNIDOS	57
TABLA 24: Consumo de zapatos recomendado	58
TABLA 25: Déficit por habitante	59
TABLA 26: Déficit total.....	59
TABLA 27: Oferta del proyecto	60
TABLA 28: Oferta proyectada en pares de zapatos	61
TABLA 29: Tamaño del proyecto	74
TABLA 30: Especificaciones técnicas maquinaria	78
TABLA 31: Recursos e insumos	80
TABLA 32: Recurso humano	81
TABLA 33: Partida arancelaria	87
TABLA 34: Matriz de MOORE	100
TABLA 35: Inversión.....	102
TABLA 36: Cuadro de depreciaciones.....	103
TABLA 37: Costos de exportación	103
TABLA 38: Costo de producción.....	104
TABLA 39: Costo directo de producción.....	105
TABLA 40: Costo indirecto de producción.....	106
TABLA 41: Gastos administrativos y de ventas	106
TABLA 42: Capital de trabajo.....	107
TABLA 43: Estado de situación financiera.....	108
TABLA 44: Estado de resultados	109

TABLA 46: Flujo neto de efectivo	110
TABLA 47: VAN	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1: Proyectos.....	4
ILUSTRACIÓN 2: Calzado	4
ILUSTRACIÓN 3: Etapas de un proyecto	7
ILUSTRACIÓN 4: Proceso de la investigación de mercados	10
ILUSTRACIÓN 5: Preguntas frecuentes en el estudio técnico	11
ILUSTRACIÓN 6: Evolución de las exportaciones sector textiles, cuero y calzado	34
ILUSTRACIÓN 7: Producción industria del calzado en ECUADOR	34
ILUSTRACIÓN 8: PIB Industria manufacturera	35
ILUSTRACIÓN 9: Balanza comercial ECUADOR – ESTADOS UNIDOS MILES USD FOB	39
ILUSTRACIÓN 10: Flujo IED ESTADOS UNIDOS EN ECUADOR MILES USD.....	40
ILUSTRACIÓN 11: Mapa de NEW YORK	41
ILUSTRACIÓN 12: Segmentación de calzado femenino de NEW YORK.....	44
ILUSTRACIÓN 13: Producción histórica de calzado periodo 2005 – 2009.....	48
ILUSTRACIÓN 14: Importaciones de calzado de ESTADOS UNIDOS.....	50
ILUSTRACIÓN 15: Exportaciones de calzado de ESTADOS UNIDOS.....	53
ILUSTRACIÓN 16: Botas de montar	64
ILUSTRACIÓN 17: Zapato botín.....	64
ILUSTRACIÓN 18: Peep Toes	65
ILUSTRACIÓN 19: Negros simples.....	65
ILUSTRACIÓN 20: Tacones corridos	65
ILUSTRACIÓN 21: Marca registrada.....	66
ILUSTRACIÓN 22: Empaque	67
ILUSTRACIÓN 23: Puerto de Guayaquil	72
ILUSTRACIÓN 24: Mapa del ECUADOR	74

ILUSTRACIÓN 25: Localización de calzado ROVER'S	75
ILUSTRACIÓN 26: Flujograma de procesos.....	75
ILUSTRACIÓN 27: Organigrama estructural de la empresa	86
ILUSTRACIÓN 28: Estructura orgánico funcional	86
ILUSTRACIÓN 29: Portal de Ecuapass	90
ILUSTRACIÓN 30: Solicitud de uso.....	90
ILUSTRACIÓN 31: Crear usuario y contraseña.....	91
ILUSTRACIÓN 32: Ingresar la identificación única de certificado digital	92
ILUSTRACIÓN 33: Ingresar la identificación única de certificado digital	92
ILUSTRACIÓN 34: Ingresar a ventanilla única	93
ILUSTRACIÓN 35: INCOTERMS	99
ILUSTRACIÓN 36: Punto de equilibrio	115

RESUMEN EJECUTIVO

La fábrica de calzado ROVER S es una industria que con el pasar de los años ha sido fuente de empleo para la ciudadanía ambateña, en la actualidad cubre con satisfacción la demanda nacional de calzado, entre las aspiraciones de esta empresa está la exportación de su producto, por esta razón el “Proyecto de factibilidad para la exportación de calzado para dama de la fábrica ROVER S de la ciudad de Ambato hacia New York-Estados Unidos en el período 2014”, se realizó con el objetivo de conocer si es que la empresa se encuentra en la posibilidad de ingresar a un mercado internacional. Mediante la investigación bibliográfica e información documental se logró fundamentar los antecedentes del tema en estudio, así, se diseñaron métodos e instrumentos que se aplicaron directamente al hecho a investigar. En el estudio financiero se demuestra la viabilidad del proyecto mediante los valores positivos de los principales indicadores como: el valor actual neto de \$ 46.169.71; la tasa interna de retorno 31%. Finalmente, luego del estudio realizado es conveniente aceptar el proyecto, de esta manera los beneficios serán mayores para la empresa, y se contribuiría a la matriz productiva ecuatoriana.

SUMMARY

The shoe factory ROVER S is an industry which over the years has been a source of employment for people from Ambato and today it covers with satisfaction the domestic demand for footwear. The aspirations of this company is exporting its product, therefore the “feasibility project for export of lady s footwear of ROVER S factory from Ambato to New York United States in the period 2014” was held with the aim of knowing if the company is in the possibility of entering the international market. Through bibliographic research and documentary information, it was possible to base the background of the topic under study, thus, methods and tools that were designed and applied directly to the fact to be investigated. The financial study demonstrates the feasibility of the project by the positive values of key indicators such as net present value of **\$46.169.71**; internal rate of return **31%**. Finally, after the study conducted is appropriate to accept the project, so the benefits will be greater for the company, and it would contribute to the Ecuadorian productive matrix.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se desarrolló con el propósito de conocer el proceso de exportación, ya que muchas personas naturales o jurídicas fijan sus objetivos hacia la internacionalización de sus productos.

Durante muchos años el Ecuador se ha caracterizado por ser proveedor de materias primas, hoy en día se habla sobre un cambio de la matriz productiva que no es otra cosa que dar valor agregado a lo que se produce, es decir comercializar productos terminados.

La industria del calzado en la ciudad de Ambato es una de las actividades características de este sector ya que aquí se encuentran grandes empresas reconocidas a nivel nacional e internacional las cuales han aportado de manera significativa a la economía ecuatoriana, es considerada como la capital mundial del calzado ya que el 50% de su producción es destinada a las exportaciones.

La fábrica ROVER´S, es una de las empresas que se ha dedicado a la producción y comercialización de zapatos, logrando posicionarse en la mente de los consumidores, actualmente considera importante llegar a mercados extranjeros mediante la exportación de su producto y de esta manera lograr múltiples beneficios, se debe tener en cuenta que los clientes internacionales se basan principalmente en la calidad de lo que reciben por lo que no se debe dejar pasar la eficiencia de las materias primas y la eficacia en los procesos de producción, con la finalidad de sobrepasar las expectativas del cliente.

Mediante este proyecto de factibilidad se determinará varios factores como: características del mercado, oferta y demanda del producto y lo más importante conocer las condiciones de la empresa para exportar, es así que este documento se convierte una guía para la toma de decisiones de la fábrica de calzado ROVER´S.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las industrias para poder operar de una manera eficiente requieren de varios recursos los cuales contribuyen para lograr los objetivos deseados, día tras día los gustos y preferencias de los consumidores van cambiando, de la misma manera la demanda va en aumento para lo cual toda empresa debe estar preparada para satisfacer en su mayoría estas necesidades.

La empresa ROVER´S cuenta con la capacidad instalada necesaria con la cual ha podido satisfacer el consumo nacional, sin embargo existe una sobreproducción lo que ha generado que la empresa incurra en gastos innecesarios ya que gran cantidad de producto permanece en stock, además la capacidad instalada no es aprovechada al máximo lo que conlleva a una subutilización de la misma, por estas razones surge la necesidad de internacionalizar su mercado, para cumplir con este propósito es necesario conocer claramente las condiciones, estándares y exigencias de los mercados extranjeros.

Actualmente ROVER´S no cuenta con un proyecto de factibilidad que le permita conocer si se encuentra en capacidad de exportar su producto hacia New York.

1.1.1. Formulación del Problema

¿La elaboración de un proyecto para la exportación de calzado para dama de la fábrica ROVER´S de la ciudad de Ambato hacia New-York Estados Unidos en el período 2014 es factible?

1.1.2. Delimitación del Problema

El presente estudio se realizará en la Fábrica de Calzado ROVER´S ubicada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua durante el período 2014 enfocándose a la factibilidad de exportación de calzado para dama.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Elaborar un proyecto para verificar la factibilidad de la exportación de calzado para dama de la fábrica ROVER´S de la ciudad de Ambato hacia New York- Estados Unidos en el periodo 2014.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño del mercado calculando la demanda y la oferta de zapatos para dama.
- Establecer la máxima capacidad de producción y el tamaño del proyecto para atender la demanda de calzado.
- Calcular la rentabilidad del proyecto de exportación considerando los resultados obtenidos por los indicadores VAN y TIR.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente propuesta parte de la necesidad que tiene ROVER´S de comercializar su sobreproducción en los mercados internacionales, así mejorar su economía y también aportar al país ya que en la actualidad las empresas ecuatorianas deben fijar sus objetivos hacia las exportaciones, diversificando la matriz productiva y así mejorar nuestra balanza comercial.

Actualmente se producen más bienes que los que son demandados o que pueden ser vendidos, además existe una gran competencia en esta industria la cual se fortalece constantemente con la innovación de sus recursos generando una alta producción.

Mediante este fenómeno, el crecimiento económico se detiene, pues pierde importancia el continuar con actividades como la inversión, contratación de personal o incremento de producción, lo que trae como consecuencia crisis, desempleo y en otros casos parte de la capacidad productiva instalada permanece desocupada e inactiva.

Es importante mencionar que la provincia de Tungurahua se caracteriza por la producción y exportación de cuero de alta calidad, el mismo que se utiliza como materia prima para la elaboración de calzado de la empresa lo que representa una fortaleza que puede ser aprovechada para ingresar en mercados internacionales.

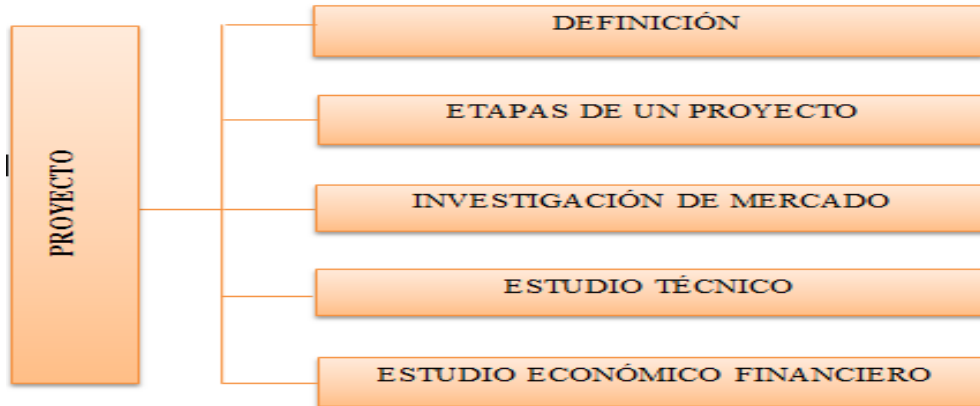
Esta propuesta ayudará a la empresa para que sus productos sean reconocidos y posicionados en el exterior dando como resultado el crecimiento económico de la empresa y múltiples beneficios para todos sus miembros.

Finalmente este proyecto de factibilidad será una oportunidad para que calzado ROVER'S identifique si se encuentra en condiciones de exportar sus productos de lo contrario que acciones debe tomar para llegar a este mercado.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

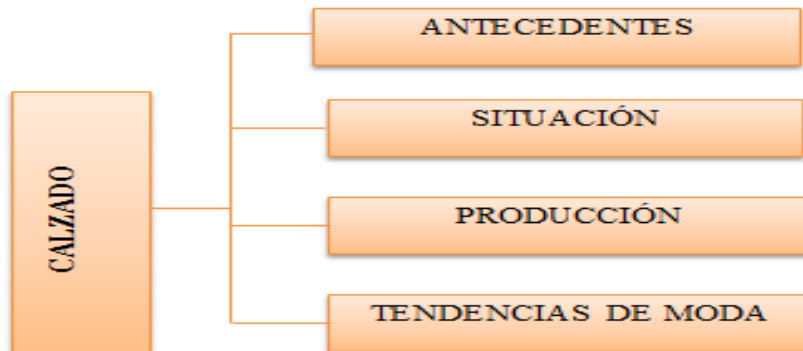
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL

ILUSTRACIÓN 1: Proyectos



Fuente: Calzado ROVER´S
Elaborado por: María Belén Sánchez

ILUSTRACIÓN 2: Calzado



Fuente: Calzado ROVER´S
Elaborado por: María Belén Sánchez

2.1.1. Proyecto

2.1.1.1. Definición

“Conjunto de actividades que se desarrollan en forma coherente con el propósito de obtener un resultado final como respuesta a una necesidad u oportunidad de negocio en un tiempo determinado y mediante la utilización de recursos”. (Murcia, 2009, pág. 5)

Es importante tener en cuenta que todo proyecto tiene un proceso mediante el cual se determina si la idea de negocio podrá llevarse a cabo, además se debe considerar los pasos a seguir para lograr los objetivos de la organización.

Se debe analizar profundamente las decisiones del proyecto considerando que factores participan y afectan al mismo, toda inversión representa un riesgo aunque se realice un análisis exhaustivo del proyecto.

Características que se pueden identificar en un proyecto.

Se puede resumir ciertas características de los proyectos, como las siguientes:

Los proyectos están compuestos de actividades que a su vez están integrados por tareas específicas. Esto quiere decir que varias tareas forman una actividad y varias actividades dan origen a un proyecto, a su vez varios proyectos forman parte de un programa y varios programas integran planes.

En todo proyecto se utilizan todos los factores de la producción como son: trabajo, tierra y capital.

Los proyectos tienen objetivos específicos que deben ser cumplidos.

Todo proyecto debe conseguir productos o resultados de acuerdo con los objetivos planteados.

Los proyectos deben tener un tiempo de inicio y tiempo finalización.

Todo proyecto tiene un costo o monto de inversión. (Lara, 2010, pág. 13)

Podemos apreciar entre las características del proyecto un ordenamiento que inicia con la generación de la idea hasta la puesta en marcha, los objetivos deben definirse claramente para lograr los resultados esperados, con lo que respecta a la inversión, es necesaria puesto que para producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas se requiere de los factores de producción que son: tierra, capital, trabajo, tecnología y talento humano.

Tipos de proyectos

Un proyecto puede ser: privado, público o social.

PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA. Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que espera del proyecto son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios) que generara el proyecto.

PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA O SOCIAL. Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los términos evaluativos estarán referidos al término de las metas, bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales. (Córdova, 2006, pág. 7)

El objetivo de un proyecto de inversión es conocer su rentabilidad, para satisfacer una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando recursos económicos a la mejor alternativa.

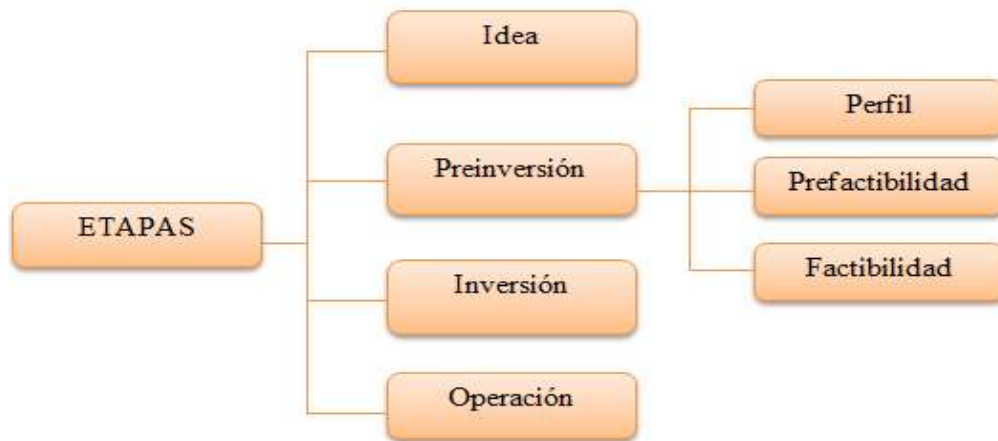
El segundo grupo de proyectos busca mejorar la calidad de vida de una comunidad en sus necesidades básicas como salud, educación, empleo y vivienda. Mediante una serie de actividades se cumple con los objetivos del proyecto.

2.1.1.2. Etapas

Un proyecto inicia con una idea, una vez implementado entra en funcionamiento entregando bienes y servicios a la comunidad, con la evaluación de las decisiones y la ayuda de técnicas, métodos y procedimientos se encontrará la manera de asignar los recursos.

“Las etapas de un proyecto son: idea, preinversión, inversión y operación”. (Murcia, 2009, pág. 25)

ILUSTRACIÓN 3: Etapas de un proyecto



Fuente: Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación
Elaborado por: María Belén Sánchez

La definición de cada una de las etapas del proyecto de inversión se exponen a continuación.

Idea

“Es en la etapa de idea donde se realiza el primer diagnóstico de la situación actual. Aquí se debe vincular el proyecto con la solución de un problema, donde se encuentren las evidencias básicas que demuestren la conveniencia de implementarlo.” (Sapag, 2011, pág. 30)

La idea surge de un problema o necesidad a satisfacer, se detectan las alternativas mediante las cuales se buscará una solución y se determinará la conveniencia de desarrollar un proyecto.

Preinversión

“Para el desarrollo de esta etapa lo importante es seleccionar una serie de anteproyectos. Para ello deben utilizarse, en lo posible, los medios existentes como son los estudios sectoriales, los programas globales de desarrollo y los planes territoriales. Es importante tener en cuenta los diferentes objetivos que

desde el punto de vista nacional o empresarial deben tratar de lograrse mediante el desarrollo del proyecto.” (Murcia, 2009, pág. 26)

Consiste en establecer como se llevaría a cabo el proyecto mediante la formulación y evaluación, así resolver el problema, mientras exista certeza en la información, la posibilidad de reducir la incertidumbre es mayor.

Etapas

- **Perfil.-** Se basa en información secundaria cualitativa, opiniones o cifras estimadas, determina la decisión de emprender el proyecto antes de incurrir en gastos futuros.
- **Prefactibilidad.-** Permite proyectar costos y beneficios en base a criterios cuantitativos.
- **Factibilidad.-** en esta etapa se demuestra el grado de factibilidad del proyecto mediante el uso de información primaria.
- **Inversión.-** Mediante la evaluación económica se establece las ventajas del proyecto para lograr los objetivos de una organización.
- **Operación.-** Se pone en marcha todos los recursos incorporados a fin de obtener el bien o servicio para el cual fue desarrollado el proyecto.

2.1.1.3. Investigación de mercado

“La investigación de mercados especifica la información requerida para enfrentar estos problemas; nos señala el método para la recolección de información; dirige e implanta el proceso de recolección de información; analiza los resultados y nos informa sobre los hallazgos y sus implicaciones.” (Kineear & Taylor, 2010, pág. 5)

La investigación de mercados es sistemática, necesita una planeación ordenada en todas las etapas del proceso, se aplica el método científico a los datos que se recaba y así comprobar hipótesis o nociones previas.

“La importancia de la investigación de mercados es muy alta ya que previene y limita los riesgos y especialmente ayuda para que la toma de decisiones se dé en condiciones de menor incertidumbre”. (Lara, 2010, pág. 34)

El objetivo de la investigación de mercados es entregar información veraz y confiable lo que permita conocer la situación real del mercado en el que se pretende ingresar, además debe ser objetiva para evitar la manipulación de los resultados.

Usos de la investigación de mercados

Determinación de los objetivos

“Antes de establecer sus objetivos, las empresas deben basarse en el conocimiento y las necesidades presentes y futuras de sus clientes, ya que es posible que se pretendan metas muy ambicionan en empresas que surten a mercados cuya demanda se está contrayendo, también es posible lo contrario lo cual equivale a una compañía que se plantea objetivos muy pobres comparados con un potencial de mercado comparativamente grande.”
(Benassini, 2009, pág. 7)

Del uso adecuado que le demos a la investigación de mercados dependerá el éxito o fracaso de la empresa puesto que sabemos a qué mercado vamos a ingresar, a que competencia nos enfrentaremos, el producto que podemos ofertar y que clientes que vamos a captar, de esta manera se plantearán los objetivos que estén acorde a las capacidades de la organización es decir tendremos la certeza que lo que vamos a producir vamos a vender.

Desarrollo de un plan de acción

“La investigación de mercados es necesaria para considerar los recursos y estrategias del producto, precio, distribución y publicidad que las compañías han de asignar para el siguiente periodo.” (Benassini, 2009, pág. 9)

El plan de acción es esencial para identificar los diferentes tipos de investigación que se realizarán para conocer los requerimientos del cliente, las estrategias de distribución, precio y publicidad del bien o servicio para de esta manera ubicarnos en el mercado y cumplir los objetivos planteados, tomando en cuenta que las estrategias de mercadeo deben evolucionar en forma acorde como respuesta al cambio en la mentalidad del cliente.

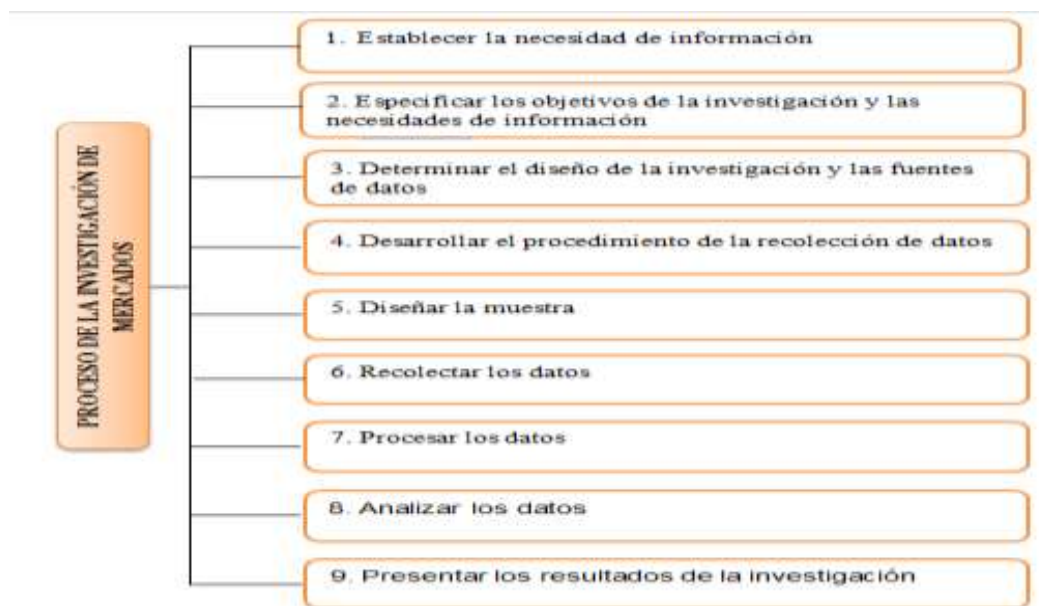
De evaluación de los resultados y aplicación de medidas correctivas

Alguna imprecisión en el método de búsqueda de información o un factor externo a la empresa pueden ocasionar que los resultados alcanzados no coincidan con los objetivos propuestos. En este caso, el estudio de mercado debe presentar opciones de solución del problema, paralelas a aquella que en apariencia es la mejor. (Benassini, 2009, pág. 9)

No siempre la información que se obtiene es completamente confiable u de otro modo existen factores que pueden ocasionar que la investigación de mercado sufra ciertos cambios lo que provoque que los resultados obtenidos no sean los que se esperan en un principio, para lograr combatir estas desviaciones inesperadas debemos contar con soluciones inmediatas que respalden lo suscitado.

Proceso de investigación de mercados

ILUSTRACIÓN 4: Proceso de la investigación de mercados



Elaborado por: María Belén Sánchez
Fuente: Investigación de mercados un enfoque aplicado

2.1.1.4. Estudio técnico

“El estudio técnico proporciona los elementos para evaluar si es factible generar el producto y/o prestar el servicio. En caso afirmativo, se realiza la planeación de la planta de producción, actividad que incluye los equipos y maquinaria necesaria para efectuar los procesos de manufactura, con lo cual se garantiza que el producto se podrá fabricar”. (Morales, 2009, pág. 35)

Mediante este estudio se detecta la capacidad de los recursos para producir un bien o servicio, se verifica la factibilidad técnica para cumplir con el objetivo por el cual se desarrolló el proyecto.

Es a través del estudio técnico que se encuentra respuestas a las preguntas que se ilustran a continuación.

ILUSTRACIÓN 5: Preguntas frecuentes en el estudio técnico



Fuente: Introducción a la investigación de mercados: enfoque América Latina
Elaborado por: María Belén Sánchez

Con un análisis detallado de los elementos correspondientes a la ingeniería básica del producto que se desea implementar se detectan todos los requerimientos para lograr un óptimo funcionamiento en los procesos de producción. Es necesario establecer el tamaño de la planta, el cual debe estar acorde con la producción y con el número de consumidores que

se tendrá, así crear una empresa con una estructura que soporte la demanda o a su vez no se genere subutilización de la capacidad instalada de la planta.

El estudio técnico debe desarrollarse de manera eficiente y mostrar las alternativas idóneas para la elaboración del bien o servicio, así aplicar procesos y métodos de producción para identificar las características de maquinaria y equipo apropiado para producir, reemplazar la tecnología obsoleta por la tecnología de punta, así mismo considerar mano de obra calificada, contar con proveedores que proporcionen insumos suficientes para lograr calidad en lo que se produce, el detalle de los recursos servirá de base para estimar costos y gastos que se presentarán posteriormente.

En el estudio técnico se establece lo siguiente:

1.- Tamaño del Proyecto

“El tamaño de un proyecto se puede definir como la capacidad de producción de un bien o servicio en un periodo de producción, en una jornada de trabajo normal o un tiempo determinado que puede ser un mes o un año.” (Lara, 2010, pág. 112)

Con esta conceptualización se entiende que el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad normal y máxima de producción que una empresa posee para cubrir con la demanda ya sea nacional, regional e internacional en corto, mediano o largo plazo.

Factores que influyen en el tamaño de un proyecto

- Disponibilidad de capital propio y prestado
- Cantidad demandada que se piensa satisfacer
- Tamaño y la utilización de materias primas
- Tamaño y el tipo de tecnología a usarse

Localización del proyecto

Dentro de los factores que inciden en la solución óptima quizás el más importante es el relacionado con la localización debido a la influencia de esta

en la producción y distribución tanto de materia prima como de los productos y servicios ofrecidos por el proyecto.

La mejor localización es la que permite obtener la tasa de rentabilidad más alta (criterio privado) o el costo unitario mínimo (criterio social). (Prieto, 2009, pág. 103)

Se entiende que se debe seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios, esta decisión debe considerar varios factores como facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, una proximidad razonable de las materias primas, insumos y fuerza de trabajo apropiada.

Factores que influyen en la localización

- Transporte
- Disponibilidad de recursos
- Fuentes de abastecimiento
- Medio ambiente
- Terreno
- Comunicaciones

Tipos de localización

Macro localización.- consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

Micro localización.- es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones del terreno elegido. (Rojas, 2007, pág. 44)

La localización es necesaria para determinar la ubicación más conveniente para instalar una empresa de acuerdo a las ventajas que se busquen.

Ingeniería del proyecto

“La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción; que permite optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio”. (Prieto, 2009, pág. 109)

Esta fase no va más allá que visualizar las características operacionales y técnicas del proceso productivo, determinándose la tecnología requerida, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias, así como las estructuras y obras de ingeniería civil previstas, se determinará el costo de los recursos en base a la capacidad de la planta.

Fases Técnicas de la ingeniería del proyecto:

- Investigaciones preliminares
- Selección y especificación de equipos
- Distribución en el terreno
- Distribución de los equipos en los edificios
- Flexibilidad en la capacidad de producción
- Programas de trabajo

Organización del proyecto

La organización comprende el estudio y diseño de aspectos como jerarquías, funciones, obligaciones, responsabilidades, autoridad, líneas de comunicación, etc., es decir, cuestiones relacionadas con los seres humanos que hacen funcionar la compañía y su interacción con el ambiente, con el propósito de optimizar la operación de la empresa. (Morales, 2009, pág. 108)

Esta teoría hace referencia a la importancia de contar con un organigrama estructural y funcional en una empresa de manera que todos los elementos cumplan con su respectiva función a fin de lograr los objetivos esperados respetando los niveles jerárquicos.

Marco legal del proyecto

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la constitución y la ley.

Al iniciarse el proceso de formulación y evaluación de un proyecto es necesario definir con claridad el aspecto legal alrededor del cual operará en sus diferentes etapas. (Córdova, 2006, pág. 290)

El aspecto legal es muy importante en el desarrollo de un proyecto ya que si se cumple con lo establecido con la ley se puede trabajar libremente dejando de lado enfrentamientos de tipo tributario u otros que impiden que una organización pueda seguir con sus funciones de forma normal en otras palabras las instituciones públicas deben estar informadas de lo que se va a hacer.

2.1.1.5. Estudio económico financiero

“Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente.” (Morales, 2009, pág. 34)

Esta es la tercera etapa de un proyecto en la que se muestra de manera ordenada y sistemática la información de carácter monetario, en resultado de la etapa anterior que es el estudio técnico, además a través de esta etapa podemos establecer el monto de la inversión que se necesitará.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, costos laborales, costos de financiamiento, entre otros.

El tiempo de operación es el factor que determina la viabilidad de una organización y está íntimamente ligada con la rentabilidad que se obtenga, por lo general existen periodos de tiempo en los que la empresa no tiene la misma rentabilidad sino que esta varía, se debe

tomar en cuenta que cuando se inicia con el desarrollo de un emprendimiento se debe incurrir en costos y gastos que permitan la puesta en marcha del proyecto y mantener la expectativa de conseguir beneficios futuros, el estudio financiero deberá reflejar un panorama en el cual se visualice los periodos de déficit, superávit y el tiempo en el cual se recuperará el capital invertido.

Estructura del estudio económico-financiero

Preinversión

Es la inversión inicial y que comprende la adquisición de todos los activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento; y que incluyen: patentes de inversión, marcas, diseños industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha , contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicio notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etc. (Baca, 2010, pág. 142)

Los activos intangibles no tienen ninguna forma física pero sin embargo tiene un valor a causa de los derechos o privilegios que confieren al dueño, además están sujetos de amortización.

Amortizaciones

Se entiende por amortización al cargo anual al que están sometidos los activos intangibles mencionados anteriormente, es decir la recuperación de la preinversión en ciertos periodos de tiempo.

Inversión

Se denomina inversiones a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los factores de producción (mano de obra, materias primas, capital productivo y otros), necesarios para poder implementar el proceso productivo del bien o servicio, el mismo que generara beneficios, en el periodo establecido, como vida útil del proyecto. (Baca, 2010, pág. 143)

La Inversión comprende todos los bienes muebles e inmuebles requeridos para poner en funcionamiento la empresa y pertenecen al grupo de activo fijo o tangible. Se considera activo tangible o fijo a los bienes propiedad de la empresa, como edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se les llama fijo porque la empresa puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Depreciaciones

Es el desgaste de los activos fijos ya sea por el uso o por la obsolescencia, estos están sometidos a una pérdida de valor con el pasar del tiempo y de acuerdo con el código tributario cada uno de estos bienes tangible tiene un porcentaje de depreciación anual.

Capital de trabajo

“Son los costos de producción: fijos y variables (para los proyectos industriales o manufactureros), además de los gastos: administrativos de ventas y financieros; necesarios para el proceso de producción del bien o servicio, pero que se realizan antes de iniciar las operaciones normales del proyecto.” (Lara, 2010, pág. 165)

Éste es utilizado para financiar la primera producción, es decir se debe contar con este rubro antes de recibir ingresos, así poder enfrentar económicamente la adquisición de materias primas, mano de obra directa, arriendos, sueldos y salarios, gastos básicos, suscripciones, entre otros.

Insumos

Consideramos insumos a todos los servicios basicos que necesitamos para la producción de un bien como pueden ser: agua potable, energía eléctrica, teléfono, internet y servicio de hosting para la página web.

Suministros y materiales de oficina

Consideramos a los útiles que se necesita para el funcionamiento de la oficina como pueden ser lápices, hojas, borradores, esferos, grapas, perforadoras entre otros que son utilizados diariamente por el personal y por ende también generan gastos menores.

Costos

“Los costos de producción representan todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en artículos finales para su consumo.” (Morales, 2009, pág. 167)

Como podemos apreciar en la definición superior un costo es el desembolso de valores que utilizamos en la producción de un bien o servicio de tal manera que al momento de su venta estos son tomados en cuenta en el precio generando así la recuperación de lo empleado en el proceso.

Los costos pueden ser:

Costos Fijos

Estos costos son los aquellos que existen independientemente de la producción de la empresa, dentro de los cuales se toman en cuenta a los gastos de depreciación, impuestos prediales, sueldos administrativos, intereses por créditos, entre otros.

Costos Variables

Estos costos varían de acuerdo al volumen de producción de la planta, es decir si la producción es grande los costos aumentan de la misma manera si es que la producción

disminuye, los costos también, dentro de estos tenemos materia prima, mano de obra, entre otros.

Gastos

“Es todo desembolso monetario no recuperable, pero destinado para conseguir rentas como consecuencia de dicha erogación.” (Campaña, 2007, pág. 5)

Los gastos son toda clase de emisión de dinero realizados por la empresa dentro de un período contable, mientras los gastos aumentan las utilidades disminuyen y cuando son superiores pueden ocasionar un déficit en el ejercicio contable.

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos como los sueldos y salarios, suministros y materiales, insumos, depreciaciones, telecomunicaciones, amortizaciones, son necesarios para el adecuado funcionamiento del área administrativa de la empresa, y tener el más óptimo desempeño del personal que labore en ella.

Gastos De Operación y Ventas

Son los gastos que se generan en el período de producción y venta del bien o servicio, entre los cuales se tiene: movilizaciones internas, sueldos, insumos, telecomunicaciones, depreciaciones y amortizaciones.

Gastos Financieros

Son los gastos generados por el financiamiento externo de la empresa como claro ejemplo tenemos los intereses bancarios.

Ingresos

Los ingresos son todas las entradas de dinero que percibe la empresa durante un periodo contable a diferencia de los egresos estos incrementan el activo disponible y las utilidades.

Los ingresos pueden ser:

- Ingresos por la venta del bien o servicio de la empresa.
- Ingresos por la venta de subproductos y /o desechos.
- Ingresos financieros

Balance general

“El balance general representa la situación financiera, o dicho en otras palabras, la situación de los activos y pasivos de la empresa en una fecha determinada; además este estado muestra lo que llamamos patrimonio o capital.” (Hargadon, 2007, pág. 16)

Mediante el balance general podemos conocer la situación de la empresa en cuanto a los activos, pasivos y patrimonio.

Estado de resultados

El estado de resultados brinda información de un período completo, de todas las erogaciones e ingresos de dinero en un lapso de tiempo determinado. Es en cual se determina las pérdidas o ganancias durante la ejecución del proyecto.

Flujo de caja

“Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo a aquellas operaciones que como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero; dichos flujos esta compuestos por los siguientes elementos:

- Ingresos de operación
- Ingresos no operativos
- Egresos operativos
- Egresos de inversión
- Valor de salvamento” (Lara, 2010, pág. 207)

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Evaluación Financiera

Uno de los objetivos de la evaluación financiera es establecer las bondades de las decisiones tomadas por los inversionistas de asignar los recursos a una inversión específica, además permite medir el valor financiero del proyecto. Esta toma importancia cuando se logra determinar si el proyecto que se va a realizar es viable, es decir, si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el mismo; así también determinar si generará ganancias o pérdidas para los inversionistas.

La viabilidad del proyecto se podrá determinar con los siguientes indicadores financieros:

El Valor Actual Neto.

Es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas. En esencia, los flujos netos de efectivo se descuentan de la tasa mínima de rendimiento requerida y se suman. El resultado se le resta la inversión inicial neta. (Morales, 2009, pág. 186)

Una definición clara del VAN aporta favorablemente en la valoración de un proyecto y es mediante este indicador que el inversionista se ubica en una de las tres alternativas que se podrían generar, primero con un VAN positivo se considera la aceptación de invertir ya que existirá rendimiento, en otra estancia se muestra un VAN negativo con el cual se puede decidir no aceptar el proyecto, finalmente un VAN 0 en el cual el inversionista no gana ni pierde.

Fórmula para el cálculo del VAN

$$M=C(1+i)^n, \text{ donde:}$$

Si VP= Valor Presente y VF= Valor Futuro

$$\text{Deducimos que: } VF=(1+i)^n$$

Obtenemos;

$$VAN=VPI=\frac{VF}{(1+i)^n}$$

Donde VF=1

Fórmula 1

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{R}{(1+i)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C}{(1+i)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{I}{(1+i)^t}$$

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{R-C}{(1+i)^t} - I$$

Dónde:

VAN= Valor actual neto

R= Flujo de ingresos

C= Flujo de los egresos y costos

I= Inversión inicial

i= tasa de descuento

t= Vida útil del proyecto

Fórmula 2

$$VPN = -I \sum_{t=0}^n \frac{FNE}{(1+i)^t} + \frac{VS}{(1+i)^t}$$

VPN= Valor presente neto

FNS= Flujo neto del efectivo (utilidad neta después de impuestos)

VS= Valor de salvamento de los activos al final del período

I= Inversión inicial

i= tasa de descuento

t= Vida útil del proyecto (Vélez, 2010, pág. 144)

La Tasa interna de rendimiento (TIR)

La tasa interna de retorno es otra medida muy importante para evaluar proyectos. Sirve para conocer si el valor real de los costos de un proyecto no excede el valor real de los beneficios. Su interpretación es más sencilla si recordamos como al cambiar las tasas de interés, la diferencia entre la suma de los costos y la suma de los beneficios varía. Específicamente, la tasa interna de retorno es la tasa de interés que produce que la diferencia entre la suma de los costos y la suma de los beneficios sea cero. (Saltos, 2001, pág. 156)

Como se verá en la fórmula la tasa interna de rendimiento (TIR) tiene una relación íntima con el VAN. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión, mientras mayor sea el porcentaje que se obtenga con el cálculo de la TIR más deseable será llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

Calculo de la Tasa Interna de Retorno

$$\left(\begin{array}{c} \text{Tasa de} \\ \text{Descuento} \\ \text{inferior} \end{array} \right) + \left(\begin{array}{c} \text{Diferencia} \\ \text{de las dos} \\ \text{tasas} \end{array} \right) \times \left(\begin{array}{c} \text{Van del flujo de fondos de la} \\ \text{tasa de descuento inferior} \\ \hline \text{Diferencia absoluta entre los dos} \\ \text{VAN y las dos Tasas de} \end{array} \right)$$

Fórmula:

$$TIR=iI+ (i2-iI) \left(\frac{VAN1}{VAN 1+VAN2} \right)$$

(Vélez, 2010, pág. 156)

El Punto de Equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida.

Es necesario entender que, el incremento en el volumen de producción, genera visiblemente mayores ganancias, por lo que es necesario obtener un mínimo de producción, con la finalidad de cubrir los Costos Fijos y Variables. Cuyo análisis permitirá proyectar a la empresa con mayor seguridad y eficiencia. (Campaña, 2007, pág. 12)

Podemos considerar al punto de equilibrio como un método de evaluar al proyecto para conocer cuánto es lo mínimo que se debe producir y vender, a fin de evitar pérdidas.

Objetivo del punto de equilibrio

“Encontrar un parámetro de medición y proyección a futuro, mediante la utilización del presupuesto de costos y gastos, a fin de conocer anticipadamente los costos incurridos y los volúmenes de ventas obtenidos, garantizando una utilidad adecuada para el fabricante”. (Campaña, 2007, pág. 12)

Lo que se pretende con el punto de equilibrio es representar el volumen de ventas en unidades y valores que la empresa debe lograr para no perder ni ganar, entonces cuando la empresa obtenga pérdidas será cuando las ventas sean inferiores al punto de equilibrio y obtendrá utilidades cuando se logre superar el nivel de ventas del punto de equilibrio.

Elementos del punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio se requiere cuatro elementos básicos:

- Los Ingresos.- Los Operacionales Generados por las Ventas realizadas o los Servicios Prestados
- El margen financiero.- Es el resultado de los Ingresos menos los Costos Variables

- Los Costos Variables.- Son aquellos que se modifican en función del volumen de Producción a mayor producción, mayores costos Variables
- Los Costos Fijos.-En su mayor parte lo constituyen los gastos de operación y son inalterables sea que aumente o disminuya la producción.

1.- Fórmula del método gráfico

Es la representación gráfica de la relación existente entre el volumen de ventas y los costos fijos y variables, es necesario realizar una previa clasificación de los costos para posteriormente diseñar el gráfico mediante el empleo de coordenadas, en la coordenada vertical se registrará la escala de valores tanto de ingresos como de gastos y en la coordenada horizontal se registra la escala con los valores de volumen de ventas en dólares.

Según los datos en la escala horizontal, valor de venta o unidades vendidas, nos dará el punto de equilibrio en dólares o unidades de venta.

Conviene no perder de vista la exacta aplicación de la escala para obtener los resultados correctos, ya que este método ayuda a comprender las relaciones existentes mediante la representación más objetiva de los mismos.

Costo Total = Costo Variable + Costo Fijo

Para encontrar el punto de equilibrio utilizamos la siguiente fórmula:

$$P. Equilibrio = \frac{Costos\ fijos}{1 - \frac{Costos\ variables}{Ventas}}$$

2.1.2. Calzado

Es todo lo que se refiere al arte, la tradición y el sentido antropológico de las sociedades y culturas, sus creaciones se dan según sus necesidades, climas y terrenos.

En este sentido el calzado no deja de estar presente en la evolución de los pueblos. El calzado, al igual que la indumentaria acompañó y se acopló a la evolución del hombre.

2.1.2.1. Antecedentes

Existen evidencias que nos enseñan que la historia del zapato comienza a partir del año 10.000 a.C. , o sea, al final del periodo paleolítico (pinturas de esta época en cuevas de España y sur de Francia, hacen referencia al calzado). Entre los utensilios de piedra de los hombres de las cuevas, existen diversas de estas que servían para raspar las pieles, lo que indica que el arte de curtir el cuero es muy antiguo. En los hipogeos (cámaras subterráneas utilizadas para entierros múltiples) egipcios, que tienen la edad entre 6 y 7 mil años, fueron descubiertas pinturas que representaban los diversos estados de la preparación del cuero y de los calzados. En los países fríos, el mocasín es el protector de los pies y en los países más calientes, la sandalia aún es la más utilizada. Las sandalias de los egipcios eran hechas de paja o entonces de fibra de palmera. Se sabe que apenas los nobles de la época poseían sandalias. Incluso un faraón como Tutancamon usaba calzados como sandalias y zapatos de cuero más sencillo (a pesar de los adornos de oro). En Mesopotamia eran comunes los zapatos de cuero crudo amarrado a los pies por tiras del mismo material. Los coturnos eran símbolos de alta posición social. (Chicaiza, 2011)

En el caso del Ecuador al llegar los españoles se da inicio a la manufactura del zapato, sillas de montar, pastas para libros, ropa, etc., al estilo colonial. Esta industria vino completa ya que con los artesanos de manufactura vinieron los curtidores de cuero. La cadena productiva que gira alrededor del cuero estaba completa.

2.1.2.2. Situación

De acuerdo al boletín de prensa DCS-B2013-047 menciona que:

La exitosa recuperación de cuero y calzado en el Ecuador, gracias a la aplicación de políticas públicas en los últimos 6 años, en este sentido las medidas implementadas por el Ecuador son vistas como un modelo a seguir, frente a la importación, principalmente, de productos asiáticos.

Una de ellas fue la aplicación temporal de políticas de corte comercial sustentadas en medidas arancelarias a los productos extranjeros, respetando los principios permitidos por la misma Organización Mundial de Comercio.

Cabe indicar que los países de América Latina importan gran parte del calzado que consumen en porcentaje superior al 40%. Chile, Uruguay y Venezuela lo hacen por encima del 80%.

Entre otras de las acciones articuladas de los sectores público y privado de Ecuador constan el acceso a créditos blandos de la banca pública, fortalecimiento de la industria de curtiembres para atender la demanda interna, registro para importadores y exportadores de calzado a fin de controlar las condiciones de competencia, mejoramiento de las normas de certificación de origen como política pública, construcción de infraestructura productiva que permita aumentar los niveles de conocimiento, actualización de 115 normas técnicas de estandarización para garantizar bienes de calidad e impulso a la certificación de productores en buenas prácticas de manufactura y sanitarias.

Asimismo, se está invirtiendo en el país USD 1.5 millones para la construcción del Centro de Diseño de Cuero y Calzado en la provincia de Tungurahua en donde se concentra aproximadamente el 50% de este sector productivo. De igual forma se cuenta con un laboratorio biomecánico del calzado para ajustar el producto a las necesidades reales del consumidor. (MIPRO, 2013)

“El objetivo de las autoridades nacionales es mejorar la competitividad de los sectores productivos y fomentar su internacionalización. Con lo cual se espera obtener mayores divisas y equilibrar la balanza de pagos”. (Ecuadorinmediato, 2012)

2.1.2.3. Producción

La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que

de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias. Una de las principales razones para este repunte es la aplicación del arancel mixto, que entró en vigencia el 1 de junio del 2010. Con estas aranceles, que impone un gravamen de USD 6 más 10% ad valorem a cada par importado, se trata de proteger al calzado nacional; principalmente ante a los productos con costos más reducidos que ingresaban de China, Colombia o Perú. Lillia Villavicencio, presidenta de Caltu, recuerda que en el 2008, en el país existían alrededor de 600 empresas productoras de calzado que estuvieron a punto de quebrar. Pero gracias a las medidas gubernamentales se dinamizó este sector. Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos. Mientras que según Caltu, hasta este año están registrados 4 500 productores, a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos. De esta cantidad, el 50% pertenecen a la provincia de Tungurahua. Con zapatos nacionales a precios competitivos, se produjo el efecto dominó en el mercado, que desencadenó en mayores compras. Cifras del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) muestran que, en el 2008, la venta interna de zapatos nacionales representó USD 165, 7 millones. Para el 2011 la cifra escaló a 318 millones. Álex Vinueza, gerente de Marketing de Buestán, productora quiteña, define a los compradores de zapato ecuatoriano como personas de clase media: oficinistas y niños en etapa escolar. “El productor ecuatoriano se está especializando en las líneas formal y escolar; allí no tenemos competidores”. La firma ambateña Luigi Valdini concuerda con este hecho. En su planta se producen 300 pares diarios para hombre y mujer, basados en diseños italianos. Óscar Urbina, vocero de la firma, indica que sus productos llegan a locales comerciales de Guayaquil, Cuenca, Loja, Quito, Manta y Machala. Los zapatos se venden en cadenas comerciales como Etafashion, DePrati y

Casa Tosi. Sin embargo, un asunto pendiente es el tema de las exportaciones. Actualmente, una de las empresas que envía mercadería al exterior es Plasticaucho Industrial S.A. Esta compañía, también ambateña, exporta zapatos de lona, botas de caucho y calzado escolar de cuero a Colombia y Perú. Por lo pronto, otras productoras buscan abrir espacio en el exterior. Crear oficinas comerciales en el extranjero, enviar cargamentos de muestra son sus estrategias. (Revista Líderes, 2012)

2.1.2.4. Tendencias de moda

El calzado femenino se caracteriza por los constantes cambios en los modelos, incorpora la fabricación y diseño asistido por computadora que permite una mayor flexibilidad productiva para cubrir la demanda.

Otro aspecto importante de la industria de calzado a nivel mundial es el aumento en el uso de materiales sustitutos de cuero como son los sintéticos para capelladas y poliuretano para fabricar suelas. (Canales, 2014)

La mujer de hoy es una potencial compradora, porque quiere lucir bien, ya no deja su imagen en segundo plano. El problema, por el cual su consumo no se refleja en las ventas de diseños nacionales, es que está mal acostumbrada a comprar lo copiado. Aquí el cliente prefiere pagar menos por una réplica de mediana calidad, de un modelo de calzado que fue inventado en otro lado. Lamentablemente son pocas las ecuatorianas que valoran un buen diseño, que tienen la capacidad de notar que al comprar un zapato de diseñador están llevándose una pieza atemporal, calzado de calidad, hecho a mano, que se puede usar en el 2013, 2014, 2015; que se puede heredar a futuras generaciones, sin que pierda vigencia. Y es que ese es el trabajo de un diseñador, hacer que un modelo sea eterno. Cuando se sabe esto, el precio pasa a segundo plano.

En la actualidad las tendencias cambian y rápidamente lo que no sucedía hace algunos años atrás. Se ha comprobado, hoy en día la moda es pasajera, por lo que siempre hay que estar atentos a lo que se va a utilizar en la próxima temporada. Estamos en un mundo globalizado e "hipercomunicado", y eso se refleja en la moda.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. IDEA A DEFENDER

3.1.1. Idea General

El proyecto de exportación de calzado de la fábrica ROVER´S de la ciudad de Ambato hacia New York- Estados Unidos es factible.

3.1.2. Ideas Específicas

- El mercado seleccionado tiene una alta demanda insatisfecha de calzado para dama lo que garantiza las ventas de ROVER´S.
- La máxima capacidad de producción satisface la demanda de calzado para dama.
- El VAN y TIR demuestran que el proyecto es rentable.

3.2. VARIABLES

3.2.1. Variable Independiente

Proyecto de factibilidad

3.2.2. Variable Dependiente

Exportación de calzado.

3.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para esta investigación se trabajó con la información recopilada y se utilizó dos enfoques; cualitativo y cuantitativo (enfoque mixto). De esta manera se logrará una perspectiva más precisa sobre el contenido.

Enfoque Cuantitativo.- La información estuvo íntimamente ligada con datos numéricos, como número de habitantes, cifras de exportaciones de calzado, PIB, entre otros, datos con los cuales determinamos la situación económica del mercado.

Enfoque Cualitativo.- Para el análisis de la información, y la interpretación de resultados se describió diversas características del mercado y de la empresa productora.

3.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó una investigación bibliográfica, con la cual se consolidaron los datos y los resultados obtenidos. Se inició con la recopilación de información documental para fundamentar los antecedentes del tema en estudio, y con base en ellos, se diseñaron los métodos de investigación e instrumentos de recopilación que se aplicaron directamente al hecho a investigar, luego se analizó la información obtenida utilizando métodos y técnicas que nos permitieron concentrar, interpretar, obtener conclusiones y resultados formales.

Además se utilizó una investigación de campo la que permitió conocer varios aspectos de la empresa.

3.5. MÉTODOS

Deductivo-Inductivo.- Se aplicó este método para la elaboración del marco teórico de la tesis, también para el planteamiento de estrategias o propuestas según modelos ya establecidos que se acoplaron a la realidad de la empresa.

Analítico-Sintético.- Al procesar la información, se elaboró presupuestos económicos que nos permitieron tener una idea clara con respecto a los activos con los cuales debe contar la empresa para lograr los objetivos anteriormente planteados.

3.6. TÉCNICAS

Revisión Documental.- Se revisó documentos relevantes al tema que proporcionaron cifras numéricas para realizar presupuestos de exportación, también se revisó textos para la estructura del marco teórico.

3.7. INSTRUMENTOS

- Documentos electrónicos.
- Internet
- Pen Drive
- Laptop

3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA

Al estar destinado el proyecto al mercado de Estados Unidos – New York se trabajó con datos del consumo per cápita de calzado de dama, además de los datos históricos y actuales

de las importaciones que este país realiza, mediante proyecciones se determinó el porcentaje de la demanda insatisfecha que vamos a cubrir.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para dar inicio a un análisis es necesario mencionar el mercado que la fábrica ROVER'S ha elegido como destino final de su producción de zapatos para dama en este caso es la ciudad de New York ubicada en Estados Unidos.

4.1.1. Objetivos de la Investigación de Mercados

Los objetivos de la investigación de mercados:

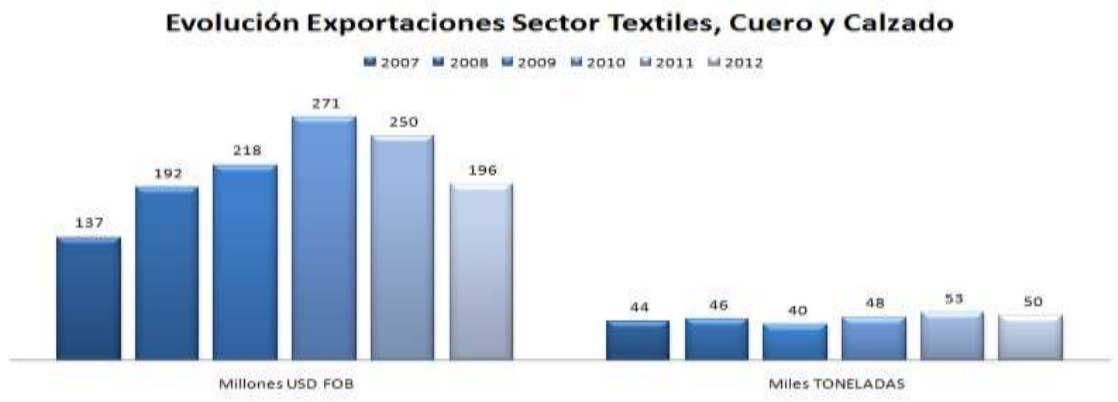
1. Satisfacer las necesidades del cliente, mediante un calzado para dama que cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.
2. Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener ROVER'S al momento de entrar a un nuevo mercado y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.
3. Ayudar al desarrollo de la empresa, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

Importancia del sector del calzado en la economía ecuatoriana

El sector del calzado ecuatoriano ha crecido considerablemente durante los últimos años aportando de manera significativa en la economía del país, uno de los factores importantes que contribuyen a este crecimiento es el trabajo del Gobierno Nacional de impulsar la producción ecuatoriana, a través de la colocación de salvaguardias arancelarias a las importaciones.

Es importante destacar las algunas de las variables con las cuales el calzado ha aportado económicamente al país por lo que se hace necesario mencionar que Las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 mm y sus principales destinos fueron: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. Por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 mm y sus destinos principales fueron: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos.

ILUSTRACIÓN 6: Evolución de las exportaciones sector textiles, cuero y calzado



Fuente: PROECUADOR
Elaborado por: María Belén Sánchez

Durante el periodo 2007 y 2012 varios indicadores reflejan un crecimiento importante dentro de la industria del cuero y calzado nacional. “La producción en este período de 15 millones de pares se incrementó a 30 millones, es decir subió 100%”, además genera 100.000 plazas de empleo entre directos e indirectos.

PRODUCCIÓN INDUSTRIA DE CALZADO

ILUSTRACIÓN 7: Producción industria del calzado en ECUADOR

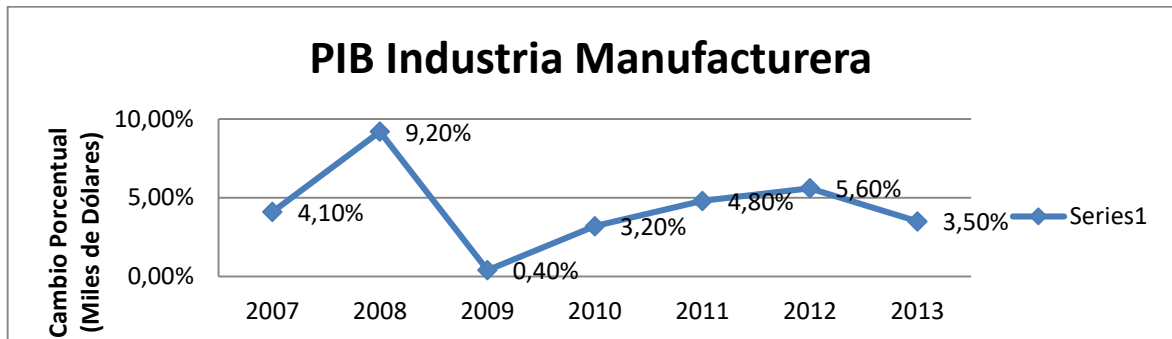


Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: María Belén Sánchez

La industria de calzado, misma que se encuentra integrando la Industria manufacturera ha presentado un claro crecimiento en cuanto a la producción siendo en el año 2011 la producción de 28875000 pares de zapatos cantidad que ha representado de USD 318

millones, siendo de gran importancia en la participación del PIB dentro de la economía del Ecuador con una representación del 15,1%.

ILUSTRACIÓN 8: PIB Industria manufacturera



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.2. Análisis global sobre la producción de Calzado

4.1.2.1. Principales productores de calzado a nivel mundial

A nivel mundial, los líderes indiscutibles en la industria del calzado son los países asiáticos con el 87% de la producción global. El principal productor de zapatos es China con el 60.5%, seguido de la India con 10.4%, Brasil el único país no asiático entre los cinco mayores productores y Vietnam con un 3.8% cada uno.

4.1.2.2. Principales importadores de calzado a nivel mundial

Los principales mercados internacionales del calzado claramente en los últimos años han disminuido su demanda por el producto, eso debido a las fuertes condiciones que atraviesan los mercados industrializados, producto de los coletazos de la crisis financiera del 2008 de la que aún no se ha logrado salir, mercados como la Unión Europea aun reúnen esfuerzos por sacar a flote sus economías y no permitir que estas entren en etapas de depresión, por tanto de acuerdo a la Tabla #1 se puede observar los principales importadores mundiales de calzado y sus partes, donde Estados Unidos sobresale ampliamente sobre los demás países de referencia; por ejemplo para el año 2012 concentra el 21,1% de las importaciones mundiales con 24,8 miles de

millones USD valor FOB y aunque para ese mismo año evidencio un leve crecimiento de 5,1%, representa más de dos veces y media lo que importa Alemania, siendo este el segundo importador mundial de la industria con 8,9 miles de millones representando el 7,6% en el mercado internacional; incluso en estas condiciones se puede observar al igual que en las exportaciones, un desequilibrio desde las importaciones aunque en una menor medida; seguido en tercer y cuarto lugar se encuentra Francia y Reino Unido con 6,6 y 6,0 miles de millones de USD valor FOB respectivamente, con una participación del total de las importaciones mundiales para el año 2012 de 5,6% y 5,2% en el mismo orden. (Miranda & Sánchez, 2013)

TABLA 1: Principales importadores de calzado y sus partes en el mundo 2007-2012

Importadores	valor importado 2007	valor importado 2008	valor importado 2009	valor importado 2010	valor importado 2011	valor importado 2012
Estados Unidos de América	20404470	20502445	18245270	21932263	23650049	24861687
Alemania	6377277	7005895	7047779	7924349	9492185	88912209
Francia	5719759	6122599	5730509	6164494	6986030	6632194
Reino Unido	5371543	5304391	4862223	5645143	6002631	6080710
Japón	4096788	4457032	4387050	4792842	5426828	5904218
Italia	5556900	5820663	5280667	5897852	6759324	5823425
Hong kong(China)	5136063	5207436	5193472	4976760	5141440	4846489
Federación de Rusia	2143054	2954241	2267089	3904582	4160035	4270554
Países Bajos(Holanda)	2350872	3305316	3078501	3339609	3972198	3610055
Bélgica	2570051	2925672	2603720	2585242	2453906	3067850
España	2462915	3046010	2564721	2930982	3242190	2755640
Resto del Mundo	25910732	30745681	27172734	31761261	38737823	41063692
Total	89053210	97728517	87610460	102046115	116351646	117828723

Fuente: Trade Map

Elaborado por: María Belén Sánchez

El mercado norteamericano tiene un gran potencial y una gran capacidad para abastecer esta importante demanda. El 65,1% de las importaciones mundiales de calzado se agrupan en 11 países, que unidos mueven las operaciones de 76,7 miles de millones USD en el año 2012.

4.1.2.3. Principales exportadores de calzado a nivel mundial

La industria del calzado y sus partes es una de las industrias manufactureras más globalizadas, desenvolviéndose dentro de una intensa competencia internacional, donde las actividades de producción se encuentran interconectadas a escala mundial y las compañías transnacionales desempeñan un rol en las estrategias de reubicación; la industria crece a ritmos sorprendentes, tanto que el comercio aumenta más rápido que el crecimiento demográfico, incidiendo en la distribución del empleo a nivel mundial, ya que esta demanda gran cantidad de mano de obra, por cuanto es un sector de carácter estratégico.

No obstante, antes de los años 70's la dinámica internacional del sector se mantenía estable y existía una clara designación de la producción en países occidentales y Europeos. El gran crecimiento y desarrollo de los países del sur de Asia los llamados "tigres asiáticos" crearon una ruptura sobre la configuración internacional de la industria; un desequilibrio en la producción mundial debido a la libre movilidad de compañías occidentales con elevada tecnología y estabilidad financiera hacia oriente, buscando aprovechar las ventajas comparativas como la mano de obra barata para exportar hacia el resto del mundo.

El nuevo orden internacional del sector, permitió que estos países asiáticos sede de las grandes firmas americanas y europeas, se dotaran de la infraestructura y tecnología necesaria, para potencializar la inserción a mercados cada vez más complejos; es así como el rigor de la competencia se intensificó de tal manera, que los efectos de la misma son notorios no solamente en los grandes mercados destino de exportación como EUA, sino además en los Mercados domésticos de los países competidores; países como China han desequilibrado el mercado internacional del calzado en cuanto a producción, esta nación participó en el año 2012 con el 43,6% de la producción mundial del calzado y una tasa de crecimiento para el mismo año

de 9,8%; sin embargo en años anteriores presentó tasas de crecimiento por encima del 12,0% a excepción de 2009 donde decreció en 8,2%, esta caída se debe a la crisis del mercado norteamericano en 2008 y la duras condiciones que sobrelleva la Unión Europea en la actualidad, a pesar de ello es evidente la rápida recuperación de los países del sudeste asiático, que registran nuevamente tasas de crecimiento positivas en sus exportaciones, retomando una vez más las mayores cuotas de mercado internacional.

Se puede observar los 10 principales países exportadores de calzado en el mundo, liderada a grandes rasgos por China con una participación de 43,6% como se mencionó anteriormente, seguida de Italia y Vietnam, con una participación de 9,1% y 8,6% respectivamente; pero es claro el desequilibrio en cuanto a participaciones en la producción mundial de la industria, donde China, Vietnam e Indonesia concentran más del 55% de la producción total del mercado en 2012. Es vital resaltar el desempeño de Italia al mantenerse entre las industrias dominantes del mercado ante las nuevas condiciones, donde cedieron terreno mercados como Argentina y Brasil al igual que Francia y en menor medida España que aún se encuentra entre los productores más grandes del mundo. (Miranda & Sánchez, 2013)

TABLA 2: Principales exportadores de calzado

Exportadores	valor importado 2007	valor importado 2008	valor importado 2009	valor importado 2010	valor importado 2011	valor importado 2012
China	25350737	29720438	28016268	35633851	41722333	46817564
Italia	11011374	11481071	9221330	9876570	11602663	10827788
Viet Nam	4076199	4872365	4151908	5229846	6717915	10239659
Hong kong(China)	5962447	5980830	4757046	5576873	5651303	5182029
Alemania	3271395	3907066	3690604	3941991	5198542	4625539
Bélgica	3396171	3703291	3486261	3742158	4181935	4306440
Indonesia	1637955	1885473	1736114	2501850	3301943	3524592
Países Bajos(Holanda)	1842887	2268811	2267141	2443283	3269841	3046148
España	2583271	2835733	2611127	2593005	2982807	2771944
Francia	1984034	2142325	1906979	2081723	2549347	2636233
Resto del Mundo	21659672	23190247	20170148	22754666	26672444	25187606
Total	82871022	92163673	82100319	96377052	113863887	119165542

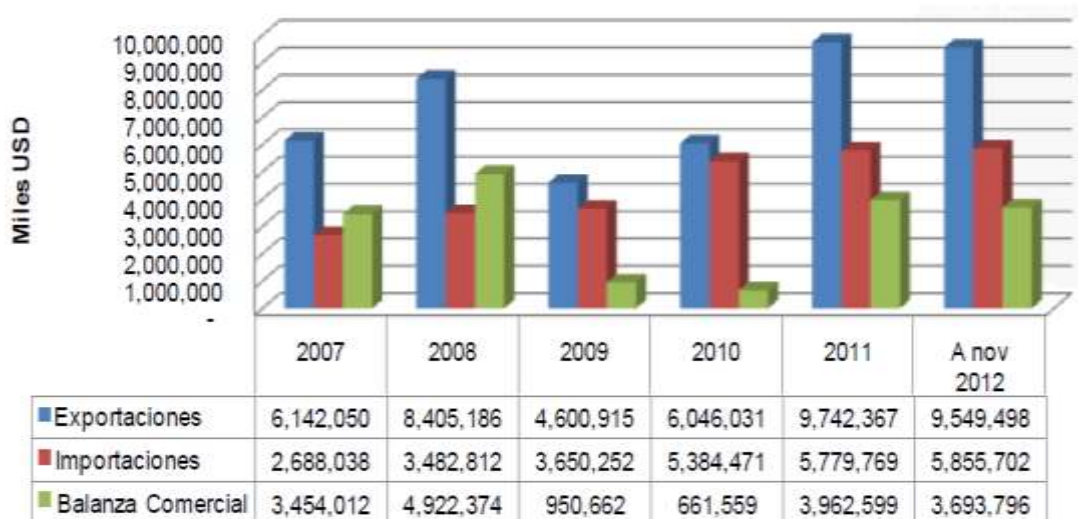
Fuente: Trade Map
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.3. Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

4.1.3.1. Representatividad de Estados Unidos en las exportaciones ecuatorianas

El Ecuador ha exportado 1,197 subpartida (10 dígitos) hacia Estados Unidos en el año 2011, entre las principales tenemos aceite crudo de petróleo 77.25%, seguido por los demás camarones congelados con 4.76%. La balanza comercial se ha mantenido superavitaria en los últimos cinco años, llegando en el 2011 a USD 3,962 millones y en el 2012 de enero a septiembre a USD 3,693 millones.

ILUSTRACIÓN 9: Balanza comercial ECUADOR – ESTADOS UNIDOS MILES USD FOB



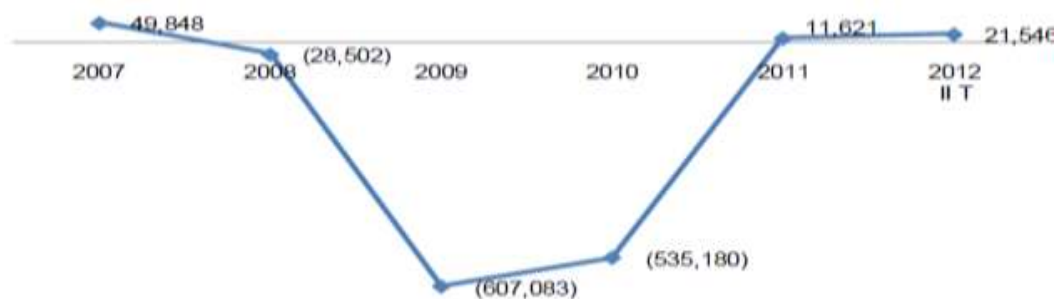
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

4.1.3.2. Inversiones de Estados Unidos en Ecuador

En las estadísticas del Banco Central del Ecuador se registra un flujo variable de la Inversión Extranjera Directa de Estados Unidos en Ecuador. En los años 2008 – 2010 se registran desinversiones. Para el año 2011 se registra una recuperación mostrando un capital de inversión de de USD 11,621 miles y esta tendencia de recuperación se refleja para los seis primeros meses del 2012 con USD 21,546 miles.

ILUSTRACIÓN 10: Flujo IED ESTADOS UNIDOS EN ECUADOR MILES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

4.1.3.3. Principales sectores de inversión de estados unidos en ecuador

En la siguiente tabla se puede visualizar los sectores donde Estados Unidos ha realizado inversión en Ecuador, siendo el sector comercio el que ha recibido mayor inversión, así mismo el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones ha sido el que ha tenido mayor desinversión.

Tabla 3: Flujo de IED DE EEUU EN ECUADOR por sectores

FLUJO DE IED DE EE.UU. EN ECUADOR POR SECTOR						
Miles USD FOB						
Sector	2007	2008	2009	2010	2011	2012 II T
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	7,546	1,661	4,116	(2,020)	(6,506)	4,949
Comercio	17,241	13,464	45,927	23,673	29,434	(4,279)
Construcción	253	9	856	2,565	51	1
Electricidad, gas y agua	6,400	(3,998)	(3,375)	-	95	10
Explotación de minas y canteras	12,004	3,785	677	(1,287)	(3,232)	(3,150)
Industria manufacturera	5,286	6,760	15,967	6,950	24,282	20,085
Servicios comunales, sociales y personales	362	450	151	534	40	10
Servicios prestados a las empresas	(2,969)	26,857	(86,588)	5,426	21,578	3,968
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3,725	(77,492)	(584,815)	(571,021)	(54,121)	(47)
Total	49,848	(28,502)	(607,083)	(535,180)	11,621	21,546

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

4.1.4. Análisis del sector

Geografía

Extensión: 141.299 km²

Límites: Nueva Jersey y Pensilvania por el sur; con los lagos Erie y Ontario por el oeste; con Connecticut, Vermont, Massachusetts y el Océano Atlántico por el este y Canadá por el norte. Además, al este de Long Island tiene una frontera marítima con el estado de Rhode Island. Al norte del estado se halla la cordillera de los Aridondack, un gran macizo rocoso con innumerables valles y picos, declarada parque nacional en los años 80. En el centro y sur del estado encontramos la Meseta de Allegheny, donde se ubican las ciudades de Rochester, Búfalo, Siracusa y Albany.

El este del estado está bañado por las aguas del Hudson que recorre el estado de sur a norte, desde los Aridondack hasta el Océano Atlántico cruzando, entre otras, las ciudades de Kingston, Albany y la ciudad de Nueva York.

En el oeste, las Cataratas del Niágara drenan el lago Erie al lago Ontario y constituyen un atractivo turístico nacional. La vía marítima de San Lorenzo hace navegable las aguas del río Ontario, desde Montreal hasta el lago Erie. Lo que conecta la región de los grandes lagos de Canadá y Estados Unidos con el Océano Atlántico.

ILUSTRACIÓN 11: Mapa de NEW YORK



Fuente: Google Maps
Elaborado por: María Belén Sánchez

Población

Según el último censo de 2012 del US Census Bureau, el estado de Nueva York cuenta con aproximadamente 19,5 millones de habitantes.

La población de origen latino fue del 17,6%, de origen asiático del 7,3% y un 15,9% de raza negra. La edad media en el estado es de 38 años.

Infraestructura

El estado de Nueva York cuenta con 2.743 km de vías interestatales y con 56.840 km de otras carreteras estatales y locales, 129 aeropuertos públicos y 267 aeropuertos privados, de los que 13 se consideran aeropuertos comerciales primarios entre los que destacan el aeropuerto de John F. Kennedy International Airport al este de la ciudad de Nueva York y La Guardia Airport al noreste.

En cuanto a las infraestructuras marítimas, el estado cuenta con el puerto de Nueva York y Nueva Jersey, que es el tercero del país, por detrás de los puertos californianos de Los Ángeles y Long Beach. Tuvo un tráfico en 2011 de 5,5 millones de TEUs y llegaron a un volumen de 60,1 millones de toneladas en importaciones y 24,5 millones de toneladas en exportaciones. Es importante señalar que Nueva York comparte las competencias portuarias con el estado de Nueva Jersey, con el que ha creado una entidad conjunta para la gestión de toda la zona portuaria, la Port Authority of New York and New Jersey.

Renta y producto estatal bruto

En 2011, el PIB del estado de Nueva York ascendió a 1.157.969 mil millones de dólares, es el tercer estado por orden de Producto Interior Bruto en EE UU solo por detrás de California y Texas. Por otro lado, la renta per cápita se situó en \$53.388 dólares, la sexta más alta de EE UU por detrás del Distrito de Columbia, Connecticut, Massachusetts, Nueva Jersey y Maryland.

Desde el punto de vista del empleo en 2012 el estado de Nueva York tuvo una media de 8.753 mil trabajadores, un 0,83% superior a 2011. En este sentido, el último dato de desempleo publicado para este estado fue de 8,7 %. En la siguiente Tabla se pueden observar estas y otras magnitudes macroeconómicas para el estado de Nueva York y el total de los Estados Unidos:

TABLA 4: Índices económicos de NEW YORK

ESTADO DE NUEVA YORK	
PIB 2011 en millones de dólares	\$1.157.969
Crecimiento PIB 10-11	2,58%
Renta per cápita en dólares (est. 2010)	\$53.338
Población (est. 2012)	\$19.570.261

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, U.S. Bureau of Labor Statistic

Elaborado por: María Belén Sánchez

Población activa y mano de obra

“La situación del mercado laboral en el estado de Nueva York ha mejorado ligeramente en los últimos meses, sin embargo, los niveles de desempleo a octubre de 2012 de 8,7% están lejos de las cifras de desempleo de 2006 cuando llegaron a bajar al 4,3%”. (Barry, 2013)

TABLA 5: Población activa y mano de obra

Población activa en miles de personas	Octubre 2012	Variación en 12 meses
Población activa	9.585,1	0,83%
Empleados	8.755,3	0,36%
Desempleados	829,8	6,05%
Desempleo	8,7	6,10%

Fuente: U.S. Bureau of Labor Statistic

Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.5. La Demanda

Se denomina demanda a la cantidad de bienes que la sociedad está dispuesta a adquirir a cambio de un precio establecido, con el fin de satisfacer sus necesidades.

4.1.5.1. Metodología para cuantificar la demanda

La cantidad de bienes o servicios es el factor que determina la demanda que el mercado requerirá para satisfacer sus necesidades mediante un valor económico, un sitio específico y en un momento determinado. Mediante la cuantificación de la demanda se establecerá en gran parte la elección del mercado objetivo del proyecto.

“El análisis de la demanda histórica junto con la cuantificación de la demanda nos servirá para determinar el volumen de la futura demanda del producto que el proyecto estaría en condiciones de ofrecer a dicho mercado a un determinado precio”. (Barreno, 2005, pág. 36)

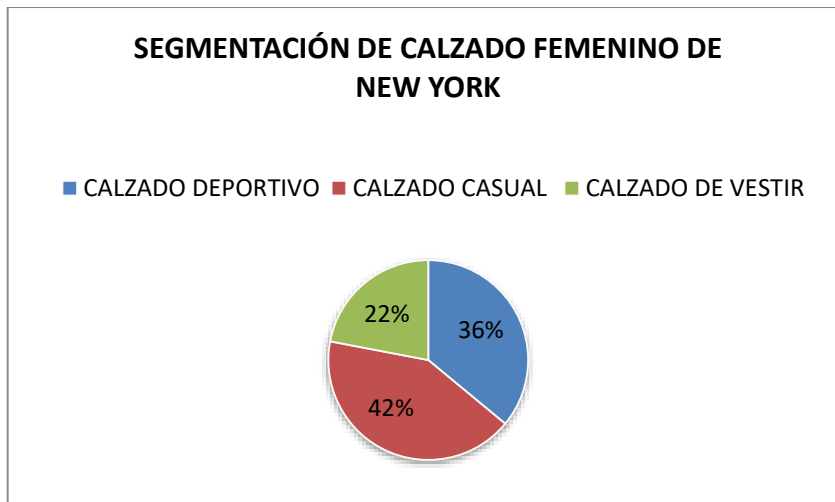
La metodología que aplicaremos es la de Consumo Aparente para lo cual se analizará la producción de calzado nacional en Estados Unidos de las exportaciones e importaciones, además se debe tener en cuenta que la demanda insatisfecha debe ser superior a la oferta.

4.1.5.2. Segmentación De Mercado

El objetivo es reunir información sobre las características de los clientes, beneficios de los productos y preferencias de marca con el fin de esbozar perfiles de segmentos de mercado.

“El calzado para mujer es un segmento que supone casi el 50% de la cuota global del mercado. Como se puede ver la mayor parte del calzado de mujer consumido es casual (42%) y el calzado formal, el de vestir (que supone el 22% del mercado)”. (Simeón & Palomino, 2012)

ILUSTRACIÓN 12: Segmentación de calzado femenino de NEW YORK



Fuente: NPD group 2012

Elaborado por: María Belén Sánchez

Segmentación Geográfica

Dentro de la segmentación geográfica se determinaran los siguientes parámetros:

TABLA 6: Segmentación geográfica

VARIABLES GEOGRÁFICAS	NIVEL, INTERVALOS O CLASES
País	Estados Unidos
Estado	New york
Zona	Urbana

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, U.S. Bureau of Labor Statistic

Elaborado por: María Belén Sánchez

Segmentación Demográfica

Dentro de la segmentación demográfica se determinaran los siguientes parámetros:

TABLA 7: Segmentación demográfica

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	NIVEL, INTERVALOS O CLASES
Edad	18- 45
Sexo	Femenino
Clase social	Media
Ocupación	Importadores mayoristas
Ingresos	Propios
Ocupación	Comerciantes

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, U.S. Bureau of Labor Statistic

Elaborado por: María Belén Sánchez

Segmentación Psicográfica

Dentro de la segmentación psicográfica se determinaran los siguientes parámetros:

TABLA 8: Segmentación psicográfica

Estilo de vida	Personas que se relacionen con la comercialización de calzado.
Personalidad	Emprendedores, capaces, activos

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, U.S. Bureau of Labor Statistic

Elaborado por: María Belén Sánchez

Segmentación conductual

Dentro de la segmentación conductual se determinaran los siguientes parámetros:

TABLA 9: Segmentación conductual

Frecuencia de uso del producto	Cotidiano
Búsqueda del Beneficio	Importar calzado de calidad con modelos exclusivos
Nivel de fidelidad	Alto
Actitud ante el producto	Importadores interesados en una nueva marca

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, U.S. Bureau of Labor Statistic
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.5.3. Factores que afectan la demanda

Los principales factores que afectan a la demanda son:

- **El Precio:** La cantidad demandada cumple una relación inversa al precio que se le asigne al bien; es decir que al incrementar el precio del calzado, disminuirá la cantidad demandada o viceversa.
- **Ingreso de los Consumidores:** La cantidad demandada incrementa cuando los ingresos de los consumidores son mayores y viceversa. Se debe analizar la distribución de los gastos de los consumidores con respecto a sus créditos.
- **Precio de la Competencia:** Debemos ofrecer nuestro producto en un rango de precios reales, cercanos a los de la competencia, evitando que los potenciales clientes limiten sus compras por este factor.
- **Precio de los Bienes Sustitutos y/o Complementarios:** Cuando los precios de los bienes complementarios aumentan, la cantidad demandada del bien también se incrementa.
- **Preferencias del Consumidor:** La demanda aumenta cuando las preferencias del consumidor se inclinan de manera preferencial por un producto. Es importante conocer los cambios de gustos y tendencias del mercado para aprovecharlos, manteniendo a la clientela y fortaleciendo nuestros diferenciadores frente a la competencia.

- **Crecimiento de la Población:** Un proyecto es rentable cuando se lo mantiene a largo plazo con una relación de ingresos sobre egresos y esto es posible al existir la suficiente demanda de calzado.

4.1.6. Análisis de la producción de calzado en Estados Unidos

“La industria de manufactura de productos en cuero se ubica en la sección 316 del código NAICS, que comprende la industria de la curtiduría y la transformación de piel en productos de consumo final como es el caso del calzado.

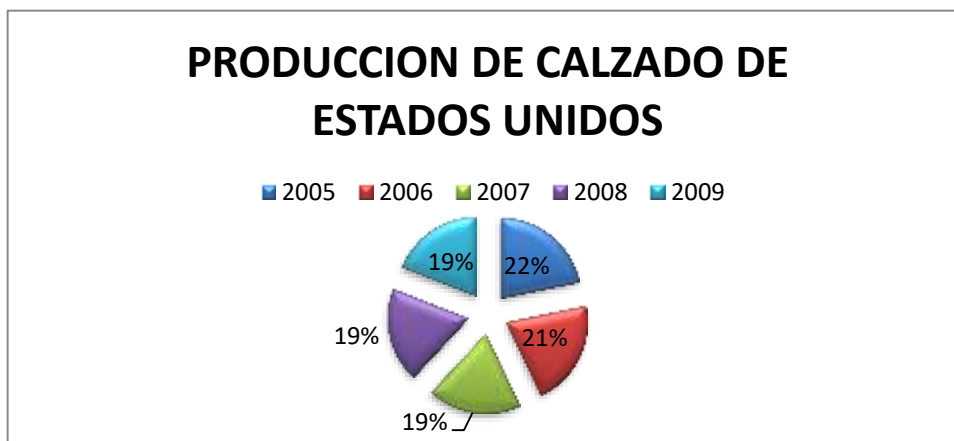
La producción local de calzado en Estados Unidos es muy dependiente del calzado destinado al ejército estadounidense y, por lo tanto, del presupuesto del Estado. La producción de calzado civil es prácticamente inexistente (sólo supone un 1,25% del valor del mercado de calzado comercial en EE. UU.).” (Thompson, 2012)

TABLA 10: Producción histórica de calzado EN EEUU

PERIODO 2005-2009	
2005	2.302,70
2006	2.240,30
2007	2.010,70
2008	2.020,70
2009	2.013,00

Fuente: Trade Nosis

Elaborado por: María Belén Sánchez



Fuente: Trade Nossis

Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.6.1. Proyecciones

En base a los datos mostrados en los cuadros anteriores se elaborará las proyecciones para los años 2010 – 2018, a través del método de mínimos cuadrados y en base a estos datos elaborar la metodología del consumo aparente.

Representamos la siguiente fórmula:

CÁLCULOS PARA LA PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO EN ESTADOS UNIDOS

TABLA 11: Proyección de calzado en ESTADOS UNIDOS

Años	millones USD	n	x	X	Y	X ²	Y ²	XY
2005	2.302,70	1	0	-2	185,22	4	34.306,45	-370,44
2006	2.240,30	2	1	-1	122,82	1	15.084,75	-122,82
2007	2.010,70	3	2	0	-106,78	0	11.401,97	0,00
2008	2.020,70	4	3	1	-96,78	1	9.366,37	-96,78
2009	2.013,00	5	4	2	-104,48	4	10.916,07	-208,96
TOTAL	10.587,40		10	0	0,00	10	81.075,61	-799,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Belén Sánchez

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{10.587,40}{5} = \$ 2.117,48$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{-799,00}{10} = \$ -79,90$$

$$y = a + bx$$

$$Y(2010) = 2117,48 + (-78,90)(3) = \$ 1.877,78$$

$$Y(2011) = 2117,48 + (-78,90)(4) = \$ 1.797,88$$

$$Y(2012) = 2117,48 + (-78,90)(5) = \$ 1.717,98$$

$$Y(2013) = 2117,48 + (-78,90)(6) = \$ 1.638,08$$

$$Y(2014) = 2117,48 + (-78,90)(7) = \$ 1.558,18$$

$$Y(2015) = 2117,48 + (-78,90)(8) = \$ 1.478,28$$

$$Y(2016) = 2117,48 + (-78,90)(9) = \$ 1.398,38$$

$$Y(2017) = 2117,48 + (-78,90)(10) = \$ 1.318,48$$

$$Y(2018) = 2117,48 + (-78,90)(11) = \$ 1.238,58$$

TABLA 12: Proyección de la producción de calzado en ESTADOS UNIDOS periodo 2010 – 2018

AÑOS	MILLONES USD FOB
Y(2010)	\$ 1.877,78
Y(2011)	\$ 1.797,88
Y(2012)	\$ 1.717,98
Y(2013)	\$ 1.638,08
Y(2014)	\$ 1.558,18
Y(2015)	\$ 1.478,28
Y(2016)	\$ 1.398,38
Y(2017)	\$ 1.318,48
Y(2018)	\$ 1.238,58

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.7. Análisis de las importaciones de calzado en Estados Unidos

La Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos informó que la importación de calzado aumentó fuertemente en el 2013 al incrementarse con el 23%.

El calzado importado cubrió más del 95% de la demanda doméstica en 2012, siendo China la principal fuente ya que vendió el 72% del total. Otros productores asiáticos, como Vietnam e Indonesia, siguen aumentando de manera continua su porción del mercado de Estados Unidos.

Por su parte Italia permanece como un importante proveedor dentro de la cuota de calzado de alta gama. En 2012 ocupó el tercer puesto, siendo responsable del 8% del total de las importaciones. (Burke, 2013)

ILUSTRACIÓN 14: Importaciones de calzado de ESTADOS UNIDOS



Fuente: Trade Nosis
Elaborado por: María Belén Sánchez

TABLA 13: Importaciones históricas de calzado en ESTADOS UNIDOS

PERIODO 2009-2012	
AÑOS	MILLONES USD
2009	17.311.911.186
2010	21.152.629.340
2011	22.086.217.889
2012	21.554.833.979
2013	24.060.191.700
TOTAL	106.165.784.094

Fuente: Trade Nossis
 Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.7.1. Proyecciones

Las proyecciones de las importaciones de calzado en Estados Unidos se las realizará con el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años.

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{106.165.784.094}{5} = \$ 21.233.156.818,80$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{13898765667}{10} = \$ 1.389.876.566,70$$

$$y = a + bx$$

$$Y (2014) = 21.233.156.818,80 + 1.389.876.566,70 (3) = \$ 25.402.786.518,90$$

$$Y (2015) = 21.233.156.818,80 + 1.389.876.566,70 (4) = \$ 26.792.663.085,60$$

$$Y (2016) = 21.233.156.818,80 + 1.389.876.566,70 (5) = \$ 28.182.539.652,30$$

$$Y (2017) = 21.233.156.818,80 + 1.389.876.566,70 (6) = \$ 29.572.416.219,00$$

$$Y (2018) = 21.233.156.818,80 + 1.389.876.566,70 (7) = \$ 30.962.292.785,70$$

TABLA 14: Cálculos para la proyección de las importaciones de calzado en ESTADOS UNIDOS

Años	(millones usd FOB)	n	x	X	Y	X2	Y2	XY
2009	17.311.911.186,00	1	0	-2	-3.921.245.632,80	4	15.376.167.312.753.100.000,00	7.842.491.265,60
2010	21.152.629.340,00	2	1	-1	-80.527.478,80	1	6.484.674.841.884.330,00	80.527.478,80
2011	22.086.217.889,00	3	2	0	853.061.070,20	0	727.713.189.490.771.000,00	0,00
2012	21.554.833.979,00	4	3	1	321.677.160,20	1	103.476.195.394.337.000,00	321.677.160,20
2013	24.060.191.700,00	5	4	2	2.827.034.881,20	4	7.992.126.219.521.500.000,00	5.654.069.762,40
TOTAL	106.165.784.094,00		10	0	0,00	10	24.205.967.592.001.600.000,00	13.898.765.667,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

TABLA 15: Proyección de las importaciones de calzado en ESTADOS UNIDOS, periodo 2014-2018

AÑOS	MILLONES USD FOB
Y(2014)	\$ 25.402.786.518,90
Y(2015)	\$ 26.792.663.085,60
Y(2016)	\$ 28.182.539.652,30
Y(2017)	\$ 29.572.416.219,00
Y(2018)	\$ 30.962.292.785,70

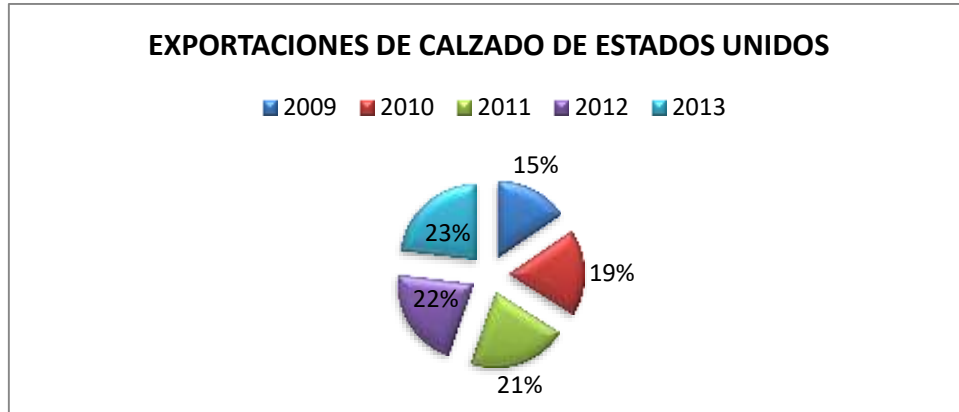
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.8. Análisis de las exportaciones de calzado de Estados Unidos

“La exportación de calzado de los Estados Unidos tuvo en otra caída, en comparación a 2011. La venta de este producto a Canadá y a Corea aumentó 24% y 7%, respectivamente, siendo estos países los principales destinos del calzado producido en Estados Unidos”. (Banco Bice, 2014).

En relación a las importaciones que realiza este país las exportaciones representan un nivel muy inferior por lo que para satisfacer al mercado requiere de producción de otros países lo que se convierte en un factor positivo para el presente proyecto.

ILUSTRACIÓN 15: Exportaciones de calzado de ESTADOS UNIDOS



Fuente: Trade Nosis
Elaborado por: María Belén Sánchez

TABLA 16: Exportaciones históricas de calzado de ESTADOS UNIDOS

PERIODO 2009-2012	
AÑOS	MILLONES USD
2009	921.619.577
2010	1.107.400.508
2011	1.280.139.486
2012	1.285.439.065
2013	1.376.832.019
TOTAL	5.971.430.655

Fuente: Trade Nosis
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.8.1. Proyecciones

Las proyecciones de las exportaciones de calzado de Estados Unidos se las realizará con el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años.

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{5971430655}{5} = \$ 1.194.286.131,00$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{130898818321606000}{10} = \$ 108.846.344,10$$

$$y = a + bx$$

$$Y (2014) = 1.194.286.131,00 + 108.846.344,10 (3) = \$ 1.520.825.163,30$$

Y (2015) = 1.194.286.131,00 +108.846.344,10 (4)= \$ 1.629.671.507,40

Y (2016) = 1.194.286.131,00 +108.846.344,10 (5)= \$ 1.738.517.851,50

Y (2017) = 1.194.286.131,00 +108.846.344,10 (6)= \$ 1.847.364.195,60

Y (2018) = 1.194.286.131,00 +108.846.344,10 (7)= \$ 1.956.210.539,70

CÁLCULOS PARA LA PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CALZADO EN ESTADOS UNIDOS

TABLA 17: Proyección de exportación de calzado en ESTADOS UNIDOS

Años	(millones usd FOB)	n	x	X	Y	X2	Y2	XY
2009	921619577,00	1	0	-2	-272.666.554,00	4	74.347.049.670.234.900,00	545.333.108,00
2010	1107400508,00	2	1	-1	-86.885.623,00	1	7.549.111.484.098.130,00	86.885.623,00
2011	1280139486,00	3	2	0	85.853.355,00	0	7.370.798.564.756.020,00	-
2012	1285439065,00	4	3	1	91.152.934,00	1	8.308.857.376.808.360,00	91.152.934,00
2013	1376832019,00	5	4	2	182.545.888,00	4	33.323.001.225.708.500,00	365.091.776,00
TOTAL	5971430655,00		10	0	-	10	130.898.818.321.606.000,00	1.088.463.441,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

TABLA 18: Proyección de las exportaciones de calzado EN ESTADOS UNIDOS, periodo 2014-2018

AÑOS	MILLONES USD FOB
Y(2014)	\$ 1.520.825.163,30
Y(2015)	\$ 1.629.671.507,40
Y(2016)	\$ 1.738.517.851,50
Y(2017)	\$ 1.847.364.195,60
Y(2018)	\$ 1.956.210.539,70

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.9. Consumo aparente

El Consumo Aparente es aquel que resulta de la suma de la producción existente del mercado a investigar, más las importaciones realizadas por dicho país, menos las exportaciones.

Siendo la fórmula para determinar el consumo aparente la siguiente:

$$CA = P + M - X$$

Dónde:

CA: Consumo Aparente

P: Producción

M: Importaciones

X: Exportaciones

Para conocer cuál será el consumo aparente de calzado en Estados Unidos en los siguientes cinco años a partir del 2014, se toma como base los datos proyectados tanto de la producción, como de las importaciones y exportaciones, que están dados en millones de dólares; y se los reemplaza en la fórmula. El siguiente cuadro refleja el consumo aparente del 2014 al 2018.

TABLA 19: Consumo aparente

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL PROYECTADA MILLONES USD	IMPORTACIONES PROYECTADAS MILLONES DE USD	EXPORTACIONES PROYECTADAS MILLONES USD	CONSUMO APARENTE MILLONES USD
2014	\$ 1.558,18	\$ 25.402.786.518,90	\$ 1.520.825.163,30	\$ 23.881.962.913,78
2015	\$ 1.478,28	\$ 26.792.663.085,60	\$ 1.629.671.507,40	\$ 25.162.993.056,48
2016	\$ 1.398,38	\$ 28.182.539.652,30	\$ 1.738.517.851,50	\$ 26.444.023.199,18
2017	\$ 1.318,48	\$ 29.572.416.219,00	\$ 1.847.364.195,60	\$ 27.725.053.341,88
2018	\$ 1.238,58	\$ 30.962.292.785,70	\$ 1.956.210.539,70	\$ 29.006.083.484,58

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.10. Población económicamente activa en Estados Unidos

La población económicamente activa de Estados Unidos ha experimentado un considerable crecimiento, es necesario conocer sus datos históricos para realizar una proyección a los años de la duración del proyecto.

TABLA 20: PEA Histórico de ESTADOS UNIDOS

AÑOS	PEA
2008	157.724.796
2009	157.889.958
2010	157.453.653
2011	157.567.914
2012	158.686.472
TOTAL	789.322.793

Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.10.1. Proyección

CÁLCULOS PARA LA PROYECCIÓN DE LA PEA DE ESTADOS UNIDOS

TABLA 21: Proyección de la PEA de ESTADOS UNIDOS

Años	Personas	n	x	X	Y	X ²	Y ²	XY
2008	157.724.796	1	0	-2	-139.762,60	4	19.533.584.358,76	279.525,20
2009	157.889.958	2	1	-1	25.399,40	1	645.129.520,36	-25.399,40
2010	157.453.653	3	2	0	-410.905,60	0	168.843.412.111,36	0,00
2011	157.567.914	4	3	1	-296.644,60	1	87.998.018.709,16	-296.644,60
2012	158.686.472	5	4	2	821.913,40	4	675.541.637.099,57	1.643.826,80
TOTAL	789.322.793		10	0	0,00	10	952.561.781.799,20	1.601.308,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{789.322.793}{5} = 157864558,60 \quad b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{1.601.308}{10} = 160130,80$$

$$y = a + bx$$

$$Y (2013) = 157864558,60 + 160130,80 (3) = 158344951,00$$

$$Y(2014) = 157864558,60 + 160130,80(4) = 158505081,80$$

$$Y(2015) = 157864558,60 + 160130,80(5) = 158665212,60$$

$$Y(2016) = 157864558,60 + 160130,80(6) = 158825343,40$$

$$Y(2017) = 157864558,60 + 160130,80(7) = 158985474,20$$

$$Y(2018) = 157864558,60 + 160130,80(8) = 159145605,00$$

TABLA 22: PEA proyectada, del 2013 al 2018

AÑOS	PERSONAS
Y(2013)	158344951,00
Y(2014)	158505081,80
Y(2015)	158665212,60
Y(2016)	158825343,40
Y(2017)	158985474,20
Y(2018)	159145605,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.11. Consumo per cápita

Una vez que se ha proyectado el PEA durante los años que dure el proyecto, se puede calcular para conocer el consumo de calzado por habitante (en dólares) en Estados Unidos, y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{CONSUMO PER CÁPITA} = (\text{Consumo Aparente} / \text{PEA})$$

TABLA 23: Consumo PER cápita de calzado en ESTADOS UNIDOS

AÑO	CONSUMO APARENTE	PEA	CONSUMO APARENTE PER CAPITA
2014	\$ 23.881.962.913,78	158505081,8	\$ 150,67
2015	\$ 25.162.993.056,48	158665212,6	\$ 158,59
2016	\$ 26.444.023.199,18	158825343,4	\$ 166,50
2017	\$ 27.725.053.341,88	158985474,2	\$ 174,39
2018	\$ 29.006.083.484,58	159145605	\$ 182,26

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.12. Consumo Recomendado

El consumo de zapatos recomendado en el mercado EEUU se lo obtiene a través de la siguiente formula:

Consumo recomendado = \$62,00 costo promedio de un par de zapatos * # de pares de zapatos que aproximadamente se adquiere en el año

Consumo recomendado = \$62,00 * 4 = \$248,00 en calzado

El consumo per cápita recomendado para cada año se estima que es de cuatro pares puesto que en Estados Unidos existen las diferentes estaciones climáticas por ende se requiere de zapatos adecuados para cada estación.

TABLA 24: Consumo de zapatos recomendado

AÑO	CONSUMO RECOMENDADO ANUALMENTE	PARES DE ZAPATOS
2014	\$248,00	4
2015	\$248,00	4
2016	\$248,00	4
2017	\$248,00	4
2018	\$248,00	4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.13. Demanda insatisfecha

4.1.13.1. Déficit por Habitante

Déficit por habitante = Consumo per cápita real (aparente) – Consumo recomendado.

TABLA 25: Déficit por habitante

AÑO	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL	CONSUMO RECOMENDADO PER CÁPITA ANUAL	DÉFICIT POR HABITANTE ANUAL	DÉFICIT POR HABITANTE EN PARES DE ZAPATOS
2014	\$ 150,67	\$ 248,00	-\$ 97,33	-1,57
2015	\$ 158,59	\$ 248,00	-\$ 89,41	-1,44
2016	\$ 166,50	\$ 248,00	-\$ 81,50	-1,31
2017	\$ 174,39	\$ 248,00	-\$ 73,61	-1,19
2018	\$ 182,26	\$ 248,00	-\$ 65,74	-1,06

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

Con relación al precio estimado de cada par de zapatos en Estados Unidos, se procedió al cálculo de la demanda insatisfecha por habitante con lo cual se obtuvo un valor monetario para los siguientes años, sin embargo para que se genere un resultado en unidades se dividió el valor monetario del déficit por habitante para el precio promedio de calzado en estados unidos resultando de esta manera un déficit aproximado de un par de zapatos por persona.

4.1.13.2. Déficit Total

Para el cálculo del déficit total de zapatos en el mercado estadounidense se requiere de la PEA proyectada y del déficit por habitante. Se lo obtiene de la siguiente manera:

Déficit Total = Déficit por habitante * PEA

TABLA 26: Déficit total

AÑO	DEFICIT POR HABITANTE (AÑO)	PEA	DEFICIT TOTAL (AÑO)	DEFICIT TOTAL EN PARES DE ZAPATOS
2014	-97,33	158505081,80	-\$ 15.427.297.372,62	-248827376,98
2015	-89,41	158665212,60	-\$ 14.185.979.668,32	-228806123,68
2016	-81,50	158825343,40	-\$ 12.944.661.964,02	-208784870,39
2017	-73,61	158985474,20	-\$ 11.703.344.259,72	-188763617,09
2018	-65,74	159145605,00	-\$ 10.462.026.555,42	-168742363,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.14. La oferta

En términos económicos, la oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios en un área definida; en este caso la oferta está constituida por los países exportadores de calzado a New York-Estados Unidos representados por sus industrias productoras.

La oferta es uno de los factores más sobresaliente en un proyecto, de esta manera se tiene en cuenta el las características del producto que se ofrece al mercado internacional como precio, calidad, porcentaje de participación en el mercado, canales de distribución además de la competencia existente. (Noriega, 2009)

4.1.14.1. Oferta del proyecto

El cálculo de la oferta del proyecto se realizó tomando en cuenta varios factores como el precio referencial de venta de los zapatos en Estados Unidos, la disponibilidad del producto en el país de origen y el nivel de crecimiento que tendrá el proyecto cada año. Ésta industria es variable debido a muchos factores como son los gustos y preferencias del consumidor final, precios, entre otros, por esta razón se proyectará la oferta del proyecto solo para cinco años.

TABLA 27: Oferta del proyecto

DETALLE	UNIDADES EN AÑOS
PRODUCCIÓN PARA VENTA NACIONAL	20.000
PRODUCCIÓN PARA LA EXPORTACIÓN	16.000
TOTAL	36.000

Fuente: Fabrica ROVER'S
Elaborado por: María Belén Sánchez

De acuerdo a un análisis interno de la producción de ROVER´S en los últimos años se ha producido un promedio de 36.000 pares de zapatos anualmente, para este proyecto se ha determinado que 16.000 pares serán destinados a la exportación sin embargo de acuerdo a datos anteriores del consumo aparente se establece un incremento del 5% en la producción, datos que son proyectados hasta el año 2018.

TABLA 28: Oferta proyectada en pares de zapatos

AÑO	CONSUMO APARENTE	PEA	CONSUMO APARENTE PER CÁPITA	CONSUMO RECOMENDADO PER CÁPITA	DÉFICIT PER CÁPITA	DÉFICIT TOTAL	OFERTA DEL PROYECTO EN PARES DE ZAPATOS
2014	385.192.950,22	158505081,8	2,43	4,00	-1,57	-248827376,98	16000
2015	405.854.726,72	158665212,6	2,56	4,00	-1,44	-228806123,68	16800
2016	426.516.503,21	158825343,4	2,69	4,00	-1,31	-208784870,39	17640
2017	447.178.279,71	158985474,2	2,81	4,00	-1,19	-188763617,09	18522
2018	467.840.056,20	159145605,0	2,94	4,00	-1,06	-168742363,80	19448

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.1.14.2. Factores que afectan a la oferta

Los principales factores que afectan a la oferta son los siguientes:

La disponibilidad de recursos

A mayor disponibilidad de recursos, la oferta se incrementara; es decir, si la empresa cuenta con trabajo , recursos naturales y capital en cantidad y calidad suficientes, propiciará el incremento de la oferta. Una disponibilidad limitada de factores productivos provocará un efecto contrario en la oferta.

La tecnología

A medida que la técnica para producir un bien se hace más eficiente, la oferta aumenta por lo contrario si es que no se dispone de la tecnología y maquinaria de punta la productividad disminuye.

Los precios de las materias primas

Están referidos a los precios de los diferentes materiales e insumos que intervienen en el proceso productivo. Si estos precios se incrementan, los costos de producción se elevan y el empresario estará dispuesto a producir una menor cantidad.

La intervención del estado

A través de la aplicación de impuesto y subsidios, el estado altera la oferta de bienes. Un impuesto indirecto es considerado como un incremento en los costos y, en consecuencia, la oferta disminuye. Un subsidio genera un efecto contrario; disminuye los costos de producción e incrementa la oferta.

La competencia

A medida que el número de empresas en una industria aumenta, la oferta de cada una de ellas tiende a disminuir.

4.1.15. Marketing mix

4.1.15.1. Producto

El producto que ofrece la fábrica de calzado ROVER´S está dividido en dos líneas casual y formal, cada uno de estos modelos están elaborados bajo estándares de calidad y diseños que garanticen la conformidad de nuestro segmento de mercado que en este caso son las mujeres que viven en la ciudad de new york de edades comprendidas entre los 18 a 45 años.

4.1.15.1.1. Nombre:

Calzado para dama

4.1.15.1.2. Logo:

a continuación se puede visualizar el logotipo que se va a utilizar para la comercialización del producto, es de un diseño sencillo en el cual se resalta el color azul turquesa, ya que es un color envolvente, refrescante y tranquilizante, es aconsejable, para el estrés mental, el

cansancio y ayuda a ser más comunicativos, sensibles y creativos. Por lo tanto el logotipo y el color característico son adecuados ya que causará un impacto visual en todos nuestros clientes.



4.1.15.1.3. Slogan:

Calidad y elegancia al caminar...!

Esta frase hace énfasis en los beneficios que se obtienen con el producto calidad, ya que los zapatos son elaborados con materiales selectos, y elegancia al caminar ya que sus diseños se ajustan a las tendencias actuales de la moda femenina.

4.1.15.1.4. Variedad:

Se exportará calzado para dama en la variedad casual y formal

4.1.15.1.5. Diseño

- **Casual**

Botas de montar: el diseño es de caña alta es decir cubren hasta la rodilla, no tienen tacón, y serán elaboradas en cuero la parte interna cubierta de piel ideal para las estaciones frías. Los colores ofertables son negro y café oscuro.

ILUSTRACIÓN 16: Botas de montar



Zapato botín: este zapato es diseñado totalmente cerrado, cubriendo el pie en su totalidad hasta el nivel del tobillo el tacón será de aproximadamente 5 cm de alto para mayor comodidad, serán elaborados en cuero gamuzado y se ofertara el color café claro.

ILUSTRACIÓN 17: Zapato botín



- **Formal:**

Peep Toes: son un tipo de zapato que tiene una pequeña abertura en la punta y son ideales para lucir elegante, y minimizan el calor en los pies. Además de verse sofisticados, suelen dar una apariencia de que la pierna es más larga, contienen una plataforma lo que indudablemente aumenta la comodidad al caminar pese al tamaño del tacón. Este prototipo de zapatos transmite distinción y elegancia además de un toque muy femenino. Los colores ofertables son negros, azules y rojos que son los más utilizados por las mujeres.

ILUSTRACIÓN 18: Peep Toes



Negros simples: son de diseño sencillo adaptables a toda ocasión, elaborados en cuero y gamuza, con un tacón que brinde confort y comodidad al caminar, el color ofertable es el negro.

ILUSTRACIÓN 19: Negros simples



Tacones corridos: en la actualidad son muy demandados ya que brindan comodidad el tacón cubre desde el talón a la punta del zapato generando una especie de plataforma lo que favorece a las mujeres de pequeña y mediana estatura, lo que hace que se vean un tanto más altas. Los colores ofertables son beige y café.

ILUSTRACIÓN 20: Tacones corridos



4.1.16.1.6. Calidad:

La empresa para garantizar la calidad de su producto se enfocará en las siguientes normas:

De acuerdo con el espíritu de la Organización Mundial del Comercio (OMC) de facilitar las transacciones comerciales de nivel internacional y brindarles mayor seguridad, existe un tratado de armonización de los distintos estándares nacionales a las normas internacionales, que determinan una calidad común para productos de iguales características. Generalmente, se utilizan las normas ISO 9000, las cuales certifican los sistemas de calidad de las empresas, es decir, el seguimiento de procesos de la calidad pactada.

También existen las normas internacionales ISO 14000 que exigen minimizar el impacto ambiental de las actividades productivas de las empresas. Se refieren al gerenciamiento del cuidado del medio ambiente.

4.1.16.1.7. Marca registrada:

Actualmente la fábrica ROVER'S se encuentra registrada ante la cámara de comercio de Ambato y la el taller de artesanos de Tungurahua, como productora y comercializadora de calzado, marca con la cual goza de reconocimiento a nivel nacional.

ILUSTRACIÓN 21: Marca registrada



4.1.16.1.8. Empaque y embalaje:

Los zapatos se empacarán en cajas de 31x18x11,5 elaboradas con cartón corrugado, mismo que ofrece una mayor protección, adicional contiene en su interior bolsas de gel de “silica gel” que se utiliza para controlar la humedad local y evitar el deterioro del producto.

ILUSTRACIÓN 22: Empaque



Para el transporte de las mercancías se deberá considerar el uso de pallet ya que de esta manera se facilita el traslado de la mercancía, optimizando el espacio de los contenedores.

Las etiquetas deberán contener toda la información necesaria sobre el producto.

El etiquetado se basa en lo siguiente:

Etiquetado de trazabilidad (Tracking label)

Todo artículo del consumidor (definición muy amplia que incluye ropa confeccionada y calzado), así como su correspondiente envoltorio o envase, deberá proporcionar con carácter permanente (además del etiquetado comercial y advertencias peligrosidad que en su caso apliquen) la siguiente información relativa a la fuente y detalles de su producción:

- Domicilio de fabricación
- Fecha de fabricación
- Identificación de la tirada o lote de fabricación (por medio de un número o dato que el fabricante acostumbre o estime apropiado).

4.1.16.1.9. Tamaños:

36, 37, 37½, 38, 39, 39½, 40, 41, 41½, 42.

4.1.16.1.10. Servicios:

Entrega rápida, servicio eficiente, capacidad de proporcionar repuestos sin tardanza, un buen servicio post venta que haga con la competencia. Los ítems más usuales de asistencia técnica son:

- Manutención e inspección periódicas;
- Reposición de partes y piezas;
- Garantía de funcionamiento y durabilidad del producto;
- Asesoramiento de la manipulación y utilización de las mercaderías,
- Entrenamiento y perfeccionamiento de los manipuladores;
- Responsabilidad como fabricante en caso de reparos;

4.1.16.1.11. Garantía:

Nosotros vendemos bajo el incoterm FOB Guayaquil. Bajo estos términos, la tarea de la empresa es entregar las órdenes a la agencia de carga especificada por el cliente, fijando conjuntamente la fecha de envío, la hora, el número de embarque y destino.

El exportador garantizará el buen estado de la mercancía hasta que sean recibidos en el buque por la agencia de carga en el caso que exista cierta inconformidad con el producto se adoptará las siguientes políticas de garantía:

- En los casos en que el producto dañado no pueda ser reemplazado, reparado por el fabricante o proveedor, se encuentre agotado o haya sido discontinuado por el fabricante, se ofrecerá una alternativa de producto.
- Los defectos o desperfectos debidos al uso incorrecto o manipulación del material o los desgastes producidos por un uso anormal del mismo, anularán la garantía.
- La vigencia de la garantía dará inicio a partir del día de entrega y de aceptación del pedido.

4.1.16.1.12. Política de devoluciones:

El mercado americano hace énfasis en la satisfacción del cliente y por ello le ofrece servicios postventa, como devoluciones y garantías. Para dar estos servicios, la empresa debe incurrir en costos adicionales como los gastos de aduana y transporte para devolver la mercancía al país de origen. Se realizará devoluciones bajo estas condiciones:

- Si una vez recibido el pedido, éste no responde a sus expectativas o bien simplemente se ha tratado de un error, dispondrá de 1 mes para hacer la devolución.
- Cuando el número de serie del producto no haya sido borrado, dañado, alterado y que nuestra base de datos.
- Cuando el desperfecto del producto no haya sea causado negligencia o haya sido expuesto a condiciones dañinas como fuego, agua, intemperie u otros actos de esta naturaleza.
- Cuando el producto no presente indicios de manipulación o alteración interna.
- Una vez realizado el reclamo ROVER'S se hace cargo de la recogida del producto defectuoso y una vez recibido, se procede al envío de un producto en perfecto estado sin ningún coste para el cliente.

4.1.16.2. Precio

Justificaremos los costos de producción, el margen de ganancia y los gastos logísticos hasta obtener un valor FOB.

De acuerdo a la hoja de costos de producción de la empresa de calzado ROVER'S que se refleja en la tabla # **38** el valor unitario por par de zapatos es de \$15,61 ctvs., para la exportación el margen de utilidad será del 30%, se establece este porcentaje ya que el precio debe ser atractivo para el cliente internacional y que el volumen de compra es considerable, además se añade los gastos logísticos de la tabla # **37** del valor FOB que es de \$1,64 ctvs. por cada par de zapatos y los precios quedan establecidos de la siguiente manera, es necesario mencionar que el precio definitivo de exportación será de \$22,00, además se debe aclarar que el precio de comercialización a nivel nacional es de \$25,00.

MERCADO INTERNACIONAL	
COSTO PRODUCCIÓN Y GASTOS LOGÍSTICOS	\$17,25
MARGEN DE UTILIDAD 30%	\$ 5,17
PRECIO	\$22,45
= PRECIO DEFINITIVO DE VENTA FOB	\$22,00

4.1.16.2.1. Formas de pago:

Para saldar el valor de la mercadería, y evitar inconvenientes con el importador como el rechazo de la mercancía o la negación de pago de la misma ROVER´S ha determinado utilizar la carta de crédito que es el mecanismo más seguro en el comercio internacional, al minimizar el riesgo en el cobro. Existen dos bancos involucrados (uno en el país de quien importa y emite la carta, otro en la nación del exportador que recibirá el pago) y el pago sólo se materializa cuando el comprador recibe aquello que se acordó, La entidad bancaria, por su parte, asumirá las obligaciones sólo a partir de recibir cierta **documentación**, como la factura de compra, certificados aduaneros, etc.

4.1.16.3. Plaza

4.1.16.3.1. Canales:



Un distribuidor es una persona natural o jurídica que compra los productos de las empresas exportadoras para luego revenderlos a minoristas.

El distribuidor tramita los permisos y normalmente tiene un agente de aduanas que se encarga de los trámites de importación, aunque no necesariamente asume el costo del agente y los otros gastos de nacionalización de la mercancía; ello dependerá de lo que se haya negociado, lo que también ocurre con los gastos de transporte. El exportador seguirá siendo responsable por los defectos o daños causados por los productos, pero el distribuidor

será responsable ante la aduana y en general ante las autoridades americanas una vez que la mercancía haya sido nacionalizada. No obstante, la mayoría de los distribuidores no asumen responsabilidad si el producto no pasa la inspección en el puerto por no satisfacer alguno de los requerimientos. Así, si hay que reacondicionar o re-empacar la mercancía o re-exportarla, los costos y el manejo de la operación correrán por cuenta del exportador.

El servicio posventa está a cargo del distribuidor ya que este es el responsable de la mercadería una vez que haya sido nacionalizada.

La compañía Bcny International Inc se encargará de adquirir el producto que la fábrica ROVER'S oferta, de acuerdo a las investigaciones realizadas se determinó que posee un excelente mercado ya que sus importaciones ascienden a \$ 65.454.076 equivalente a 7.803 toneladas, como se mencionó anteriormente el INCOTERM que se utilizará es FOB por lo que una vez cumplido con la entrega del producto bajo estas condiciones de negociación Bcny Internacional es quien distribuye el producto a los detallistas de acuerdo a su conveniencia y estos a su vez al consumidor final.

Bcny International Inc está ubicada en 25 Newbridge Rd Ste 405 Hicksville, New York (NY) 11801 - United States, fue creada en 199 su misión es proveer asistencia en el desarrollo de su producto de exportación, en temas como etiquetado, aduanas, almacenamiento local y estrategia de mercadeo, según la región en la que vaya a distribuir su producto en la actualidad es presidida por Bruce M Cagner, tiene 40 empleados

Contacto:

Tel: 5167146100

4.1.16.3.2. Cobertura:

La cobertura está a cargo del distribuidor ya que una vez nacionalizada la mercancía se convierte en el dueño del producto por lo tanto este se encarga de ubicar el producto a los diferentes clientes.

4.1.16.3.3. Transporte:

Este parámetro se realizará bajo el INCOTERM FOB (Free On Board o Franco a bordo) es decir que la fábrica ROVER´S entregará el calzado en el puerto de la ciudad de Guayaquil libre de costos de fletes y seguros, de este lugar en adelante el comprador debe pagar los fletes hasta el lugar de destino de la mercadería.

ILUSTRACIÓN 23: Puerto de Guayaquil



4.1.16.4. Promoción

4.1.16.4.1. Publicidad:

Mediante el uso del internet y de una página WEB, se podrá dar a conocer el producto y sus diferentes características. La publicidad posibilita la inserción de los productos en el mercado y estimula la demanda, principalmente en países altamente industriales.

Otras técnicas de promoción a utilizarse son:

- Oferta de descuentos excepcionales, conforme a cantidades;
- Divulgación de los productos en publicaciones especializadas,
- Envío de muestras,
- Publicación de anuncios en medios de comunicación de gran alcance;
- Participación en ferias y exposiciones.

4.1.16.4.2. Personal de ventas:

Se creará un departamento de comercio exterior que se encargará de las negociaciones internacionales además de la documentación necesaria para realizar las exportaciones a su vez mantendrá contacto constante con el agente de aduana y con el SENA E.

Relaciones públicas: El departamento de comercio exterior estará conformado por una persona que conozca el entorno del mercado al cual se pretende exportar (idioma, cultura, costumbres, etc.), de esta manera los clientes tendrán la certeza que serán atendidos eficientemente y que alguien estará siempre del otro lado de la línea.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el estudio técnico se va a determinar aspectos relacionados con la empresa, las posibilidades que existen para llevar a cabo la exportación del producto como la localización y tamaño del proyecto, además el proceso productivo y los equipos y tecnología que se requiere para el funcionamiento operativo del proyecto.

4.2.1. Objetivos del estudio técnico

- Determinar la posibilidad técnica para la exportación de calzado para dama al mercado estadounidense.
- Establecer el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y la localización correcta del proyecto.
- Conocer el proceso y costo de producción de calzado

4.2.2. Tamaño del proyecto

ROVER´S por su presencia en el mercado nacional ha detectado que su oferta de producción es de aproximadamente 40000 unidades en el año, lo que se distribuye 20000 unidades para cubrir el mercado nacional y 16000 unidades destinadas al mercado extranjero con un incremento anual del 5% para alcanzar la capacidad máxima de producción de la maquinaria existente, estos datos se han determinado de acuerdo a la información otorgada por propietarios de la empresa.

TABLA 29: Tamaño del proyecto

AÑOS	UNIDADES DE ZAPATOS
2014	16000
2015	16800
2016	17640
2017	18522
2018	19448

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: María Belén Sánchez

4.2.3. Localización del proyecto

Macro localización.- El presente estudio se realizara en el país Ecuador.

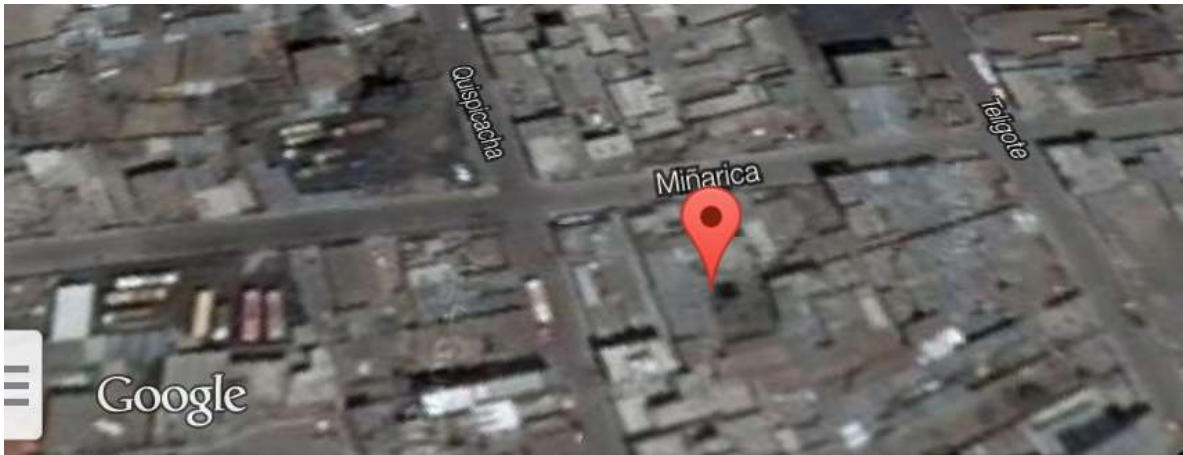
ILUSTRACIÓN 24: Mapa del ECUADOR



Fuente: Google
 Elaborado por: María Belén Sánchez

Micro localización.- La empresa ROVER´S desde sus inicios ubicó sus instalaciones en la provincia de Tungurahua ciudad de Ambato en las calles Quispicacha y Miñarica, dirección en la cual continua trabajando hasta la actualidad.

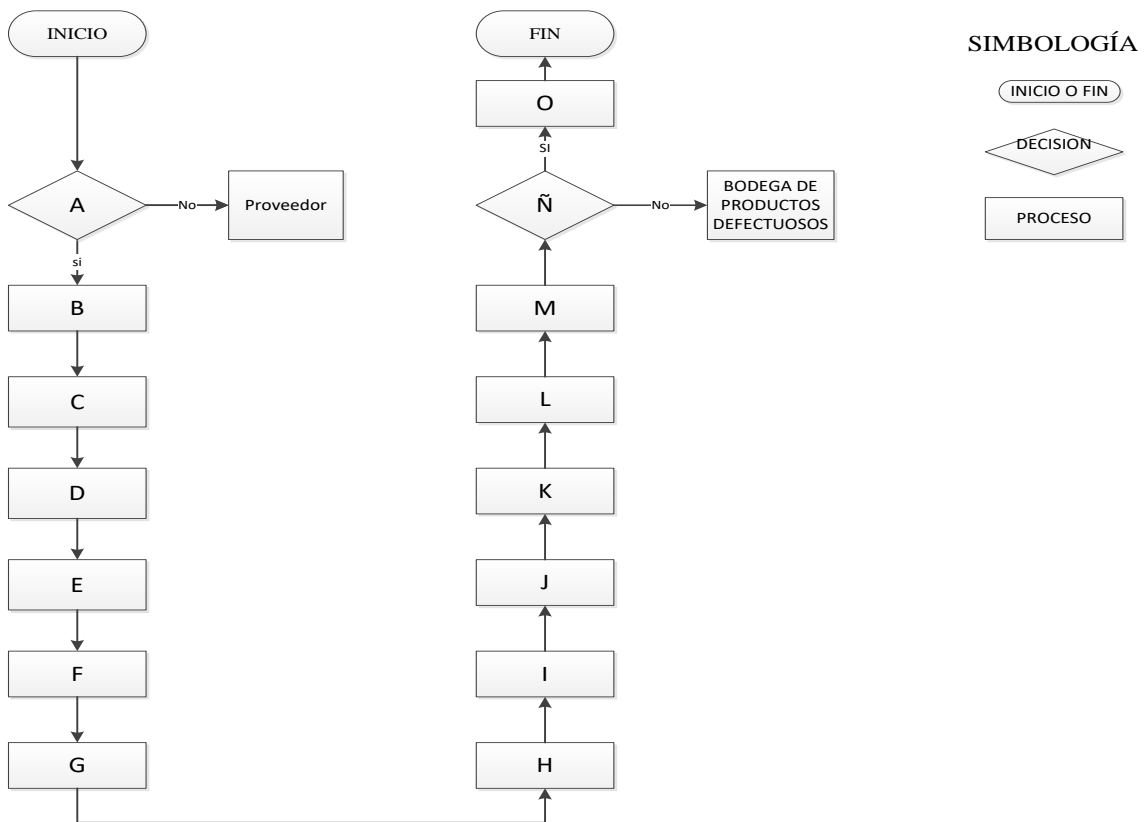
ILUSTRACIÓN 25: Localización de calzado ROVER'S



Fuente: Google maps
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.2.4. Ingeniería del proyecto

ILUSTRACIÓN 26: Flujograma de procesos



Fuente: Calzado Rover's
Elaborado por: María Belén Sánchez

A. Recepción y revisión de materiales y materia prima

Es la primera etapa del proceso mediante la cual se recibe y clasifica los materiales que posteriormente serán transformados en producto terminado.

B. Almacenaje de materiales y materia prima

Los materiales recibidos anteriormente son ordenados por categoría en la bodega de insumos

C. Diseño

Una vez identificado el modelo que se va a elaborar procedemos al diseño del mismo mediante un patrón por series numéricas de acuerdo a la horma escogida, se realizan pruebas con el fin de detectar posibles fallas en el modelo.

D. Corte

Escogido la materia prima principal, se procede a cortar las piezas según el patrón junto con el forro que estos pueden ser de diversos materiales.

E. Preparación de las piezas

Una vez realizado el corte, las piezas deben ser preparadas, pintando los filos de acuerdo al color del cuero.

F. Destallado

Las piezas requieren un desbaste identificando el lugar por donde se va a realizar la costura.

G. Preparado

Este proceso es importante antes del armado porque hay que ensamblar cada una de las piezas colocando a compas y realizando la unión y pegado del corte.

H. Armado

Una vez unido el corte damos inicio a la costura, ensamblando todas las piezas y la colocación del forro.

I. Armado-preparación

Se cortan puntas, dentro, cartón plantilla he iniciamos el empastado.

J. Armado

Para el armado utilizamos una pinza, clavos de vidrio y un martillo para irle acoplando el corte a la horma.

K. Preparación- plantado

El proceso del plantado es de acuerdo al tipo de material que está elaborada la planta.

L. Pulido

Para realizar el plantado se carda la base donde va hacer colocada la planta. Una vez cardado se debe limpiar completamente el polvo para posteriormente colocar la pega.

Luego de que la pega esta seca se introduce la planta y el corte en un horno para una mejor activación de la pega. Inmediatamente se realiza el plantado.

M. Prensado

Introducimos el calzado en la prensa con esto se fija más el plantado.

N. Arreglado

Este es el último proceso de la elaboración del calzado en el que se debe sacar pegas, quemar hilos, colocar plantillas, pasadores, adornos y etiquetas.

Ñ. Control de calidad

El producto es sometido a inspección con la finalidad de que todos los productos cumplan con estándares de calidad o a su vez detectar los productos defectuosos.

O. Empaque

Luego de realizar el control de calidad se empaqa el calzado quedando listo para ser comercializado.

Recursos:

Maquinaria y equipos: la empresa cuenta con la maquinaria suficiente para la fabricación de calzado requerida puesto que anualmente produce una cantidad inferior de zapatos con relación a la capacidad máxima de la maquinaria es decir existe una producción ociosa debido a que el mercado nacional ya se encuentra cubierto, en la actualidad la empresa produce 20000 pares al año para llegar al mercado exterior se requiere de 16000 unidades que serán exportadas por lo tanto se debe producir 100 pares diariamente.

TABLA 30: Especificaciones técnicas maquinaria

CANT	MAQUINARIA	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	USO	VIDA ÚTIL	CAPACIDAD
1	COSEDORA	Marca: Hoseki Largo de puntada 0-4 mm Velocidad máxima 3000 ppm Aguja tqx5	Realiza pespuntos o costuras, une las piezas del corte, realizar una serie continua de lazadas, ondas y/o nudos de hilos alrededor de pequeños sectores de tela o cuero.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	DESBASTADOR A	JS-801 Velocidad de rotación del eje principal (cuchilla circular) 1100-1200rpm Ancho de desbastado 4-15mm Tamaño de la cabeza de la máquina 550x370x400mm Peso neto de la cabeza de la máquina 45kg Potencia del motor 370w	Se utiliza para rebajar el calibre de las piezas de cuero ya sea de manera parcial o total de acuerdo a las necesidades del fabricante.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	DOBLADORA DE CUERO	Modelo: tg a-02 Peso neto : 7.5 kgs. Area de suelo: 17 x 17 cms. Altura: 23 cms.	Sustituye el dobladillo artesanal que se realiza con una piedra loseta y martilleo de la pieza del corte. El fin de dobladillar las piezas que están a la vista en el aparado en el calzado es para lograr una mejor presentación y calidad en el producto final.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	LIJADORA DE	Modelo: tg ov-01 Peso neto : 3.6 kgs.	se utiliza para eliminar el acabado que tiene el cuero		

	CUERO	Area de suelo : 8 x 15 cms. Altura : 30 cms.	en la parte baja del aparado que forma el margen del embrochado, con el fin de llegar a la fibra del cuero de manera que el pegamento pueda penetrar al poro y pueda realizar el anclaje con la suela.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	TIMBRADORA O SELLADORA	Modelo: tg p-01 Peso neto : 107.5 kgs. Area de suelo : 44 x 62 cms. Altura : 156 cms.	Estas máquinas utilizan resistencias para calentar la pieza donde va el clise a estampar. Se distinguen: la timbradora la cual se encarga de marcar en la parte interior del calzado una serie de números que indican la fecha de fabricación, modelo, talla y otros y la Estampadora que se utiliza para estampar la marca o distintivos tanto en la plantilla del zapato o en la parte exterior del aparado.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	HORNO	Horno eléctrico HD4494/10 700-750 W Potencia: 750 W, 700 W Capacidad: 9 l Voltaje: 220 V Frecuencia: 50/60 Hz Longitud del cable: 0,9 m	Permite secar el pegamento en 2 ó 3 minutos consiguen por ello un ahorro sustancial en el número de hormas requeridas para la producción diaria. Poseen un regulador de temperatura diferencial y ajustable para el zapato y la suela.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	TROQUELADOR A	Modelo: tg trq-01 Peso neto : 55.40 kgs. Area de suelo : .65 x .48 mts. Altura : 1.36 mts.	Es un instrumento o máquina de bordes cortantes para recortar o estampar, por presión. Se utiliza en varias actividades industriales siendo una de estas la industria del cuero.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA
1	PASADORA	Modelo: tg d-01 Peso neto : 22 kgs. Area de suelo : 14 x 27 cms. Altura : 52 cms.	Su aguja con hilo altamente resistente, atraviesa el zapato ya elaborado desde la plantilla de armar, pasando por el cerquillo, la entre suela y terminando en la suela. Esta operación permite dar más seguridad a la unión de estos elementos previamente pegados.	10 AÑOS	20 PARES POR HORA

Fuente: Calzado Rover's

Elaborado por: María Belén Sánchez

Recursos e Insumos: es importante mencionar que en repetidas ocasiones la empresa mantiene productos en stock por lo que se puede evidenciar que existe los materiales y recursos necesarios para la producción requerida, además la empresa se encuentra rodeada de clúster lo que facilita la adquisición de las materias primas e insumos necesarios.

TABLA 31: Recursos e insumos

CANTIDAD	INSUMO	PROVEEDOR
20000 Mts.	Piel Sintética (lona, tela, PVC, oscaría y hule)	TENERÍA TUNGURAHUA
100000 Pares	Suelas sintéticas de PVC	PALACIO DEL CALZADO
50000 Unidades	Cajas de cartón	PRODUCARTÓN S.A
200 Pares	Hormas	CALZAINSUMOS
50 Gls.	Endurecedor líquido	CALZAINSUMOS
50 Gls.	Lacas	IMPORCALZA
500 Unidades	Hilo	HIZIPPER
50 Gls.	Tinta	IMPORCALZA
50 Lts.	Thiner, aguarras	IMPORCALZA
100000 Unidades	Hebillas, adornos	CALZAINSUMOS
100 Mts.	Elásticos	CALZAINSUMOS
50000 Unidades	Etiquetas	PRODUCARTÓN
1000 Lts.	Pegamento	IMPORCALZA
20000 pares	Tacones	CALZAINSUMOS
100 Unidades	Lijas	CALZAINSUMOS
50000 Pares	Plantillas	IMPORCALZA
500 Mts.	Terciopelo	TENERÍA TUNGURAHUA
10 Mts.	Papel para troquelar	PRODUCARTON
50 Lts.	Pinturas y barnices	IMPORCALZA
100 Unidades	Agujetas	CALZAINSUMOS

Fuente: Calzado Rover's

Elaborado por: María Belén Sánchez

Talento Humano: Contar con un grupo idóneo en la empresa es de vital importancia para lograr los objetivos corporativos y de la misma manera para que exista un buen funcionamiento institucional en la siguiente tabla se muestra los requerimientos del personal:

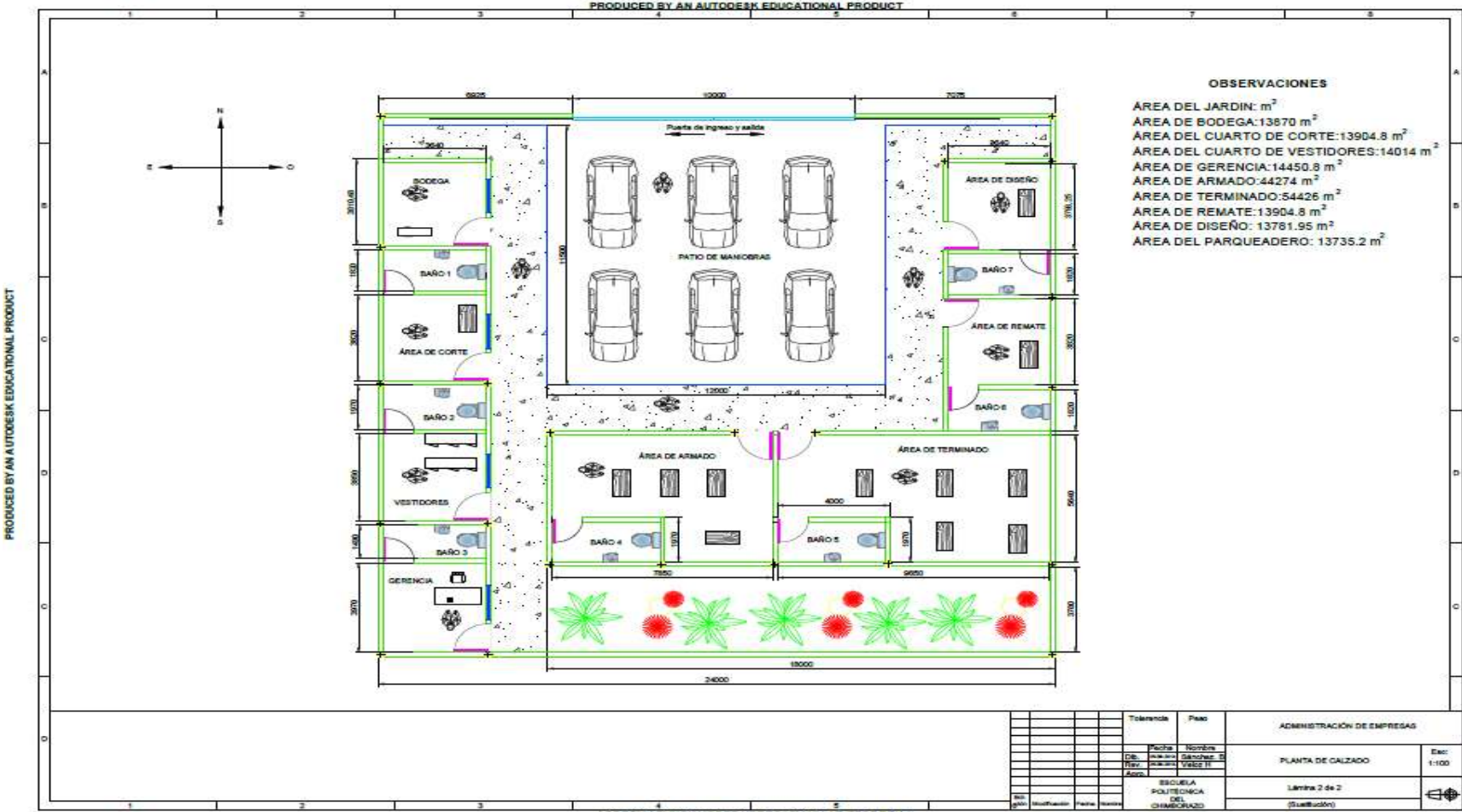
TABLA 32: Recurso humano

CANT.	CARGO	PERFIL	FUNCIONES	HORARIO LUNES A VIERNES
1	Gerente General	Estudios grado bachiller en administración, 5 años de experiencia comprobado, que sepa trabajar bajo presión, responsable, cumpla con la realización.	-Dirige la administración de la corporación según ley. -Nombrar y remueve al personal. -Informa al directorio sobre la fábrica. -Debe cumplir con las políticas de la empresa.	8am:12pm 14pm:18pm
1	Jefe de Producción	Estudios en el grado de bachiller en ing. Industrial, con 3 años de experiencia comprobada, que sepa trabajar bajo presión, responsable, cumpla con las metas trazadas por la corporación.	-Organizar y supervisar la producción de la planta. -Supervisar el manejo de las maquinas. -Realiza el control de la calidad de los calzados.	8am:12pm 14pm:18pm
1	Jefe de Comercio Exterior	Título de técnico en marketing o negocios internacionales, experiencia mínima de 3 años en el cargo, responsable, trabajar bajo presión, y buena actitud.	-Organizar y potenciar el área de ventas Internacionales. -Identificar al campo de la mercadotecnia, sus fundamentos, su naturaleza y proyecciones sobre la sociedad y el mercado.	8am:12pm 14pm:18pm
1	Jefe de Personal	Titulo técnico en administración ,con 1 año de experiencia comprobada , responsable , cumpla con las metas trazadas por la corporación	-Selección y supervisión del personal. -Controlar la asistencia del personal.	8am:12pm 14pm:18pm
1	Jefe de Finanzas	Título universitario, estudios en contabilidad 1 año de experiencia comprobada que sepa trabajar bajo presión, responsable.	-Recepción de los pagos que se realizan los clientes. -Verifica las líneas de créditos. -Aprueba las boletas de pago enviadas por el personal.	8am:12pm 14pm:18pm
1	Jefe de Almacén	Titulo técnico en administración, experiencia mínima de 3 años en el cargo , mostrar responsabilidad, rebajar bajo presión,.	-Mantener el almacén en completo estado limpieza. -Realizar el inventario de apertura y de cierre por día. -Decepciona la mercadería enviada por los proveedores .	8am:12pm 14pm:18pm
1	Asistente de Contabilidad	Titulo técnico de contabilidad, experiencia mínima de 6 meses en el cargo, mostrar responsabilidad y buena actitud.	-Preparar y autorizar los comprobantes contables. -Preparar y revisar el balance y los estados financieros. -Prepara y liquida los impuestos, pólizas de seguro	8am:12pm 14pm:18pm
10	Trabajadores de producción	Tener experiencia mínimo de 2 años de calzados, sepa trabajar bajo presión, responsable, buena actitud para con sus compañeros de trabajo.	-Realiza el trabajo de las áreas determinadas según el proceso de la producción de los calzados.	8am:12pm 14pm:18pm

Fuente: Calzado Rover's
Elaborado por: María Belén Sánchez

Recursos Financieros: la empresa para hacer frente a los desembolsos generados por sus actividades de exportación cuenta con un capital suficiente el cual se ha ido incrementando con el paso de los años ya que el producto ha tenido excelente acogida a nivel nacional.

Distribución de la planta



Fuente: Calzado Rover's
 Elaborado por: María Belén Sánchez

4.2.5. Estudio administrativo

La empresa

Historia

La fábrica de Calzado ROVER'S fue fundada en 1998 en la ciudad de Ambato, con el propósito de elaborar calzado para dama, cumpliendo así con la demanda del mercado local el cual daba respuesta a las necesidades del mercado de la época, debido a las nuevas expectativas de los clientes y al crecimiento de la demanda, la producción se incrementa, actualmente se comercializa a nivel nacional. Año tras año la empresa ha ido creciendo en personal, capacidad de producción y atendiendo nuevas plazas que han hecho de ROVER'S una marca reconocida en el mercado interno.

Misión

Fabricar el mejor calzado mediante la innovación de diseños, la calidad de nuestros productos, la utilización de los recursos y la mejor mano de obra teniendo siempre presente la satisfacción de nuestros clientes y del mercado en general a través de un alto nivel de productividad y competitividad.

Visión

Ser una empresa fuerte, sólida, generadora de riqueza, firmemente posicionada en New York, alcanzando un alto reconocimiento de calidad, con clientes leales y un recurso humano comprometido con la empresa.

Objetivos

- Impulsar el producto 100% ecuatoriano al mercado internacional para incrementar los ingresos de la empresa.
- Lograr la exportación del 50% de producción total de la planta para posicionarse en el mercado externo

- Capacitar al 100% de nuestro personal en todas las áreas, potenciando los valores de profesionalismo a fin de lograr calidad en los productos.

Valores corporativos

- Honestidad.- Actuar con la verdad, honradez y total transparencia, respetando los derechos y bienes de las personas.
- Puntualidad.- Disciplina de cumplir a tiempo nuestros compromisos.
- Respeto.- Actuar reconociendo los derechos y la dignidad de las personas y las instituciones.
- Mejora continua.-Mejorar la eficacia de su sistema aplicando la política de calidad, los objetivos de calidad, los resultados de las verificaciones de inspección, el análisis de los datos, las acciones correctivas y preventivas.
- Trabajo en equipo.- Enmarcar el trabajo en equipo y plantear la importancia de la coordinación y el conocimiento de las actividades de nuestros asociados para brindar un servicio a la medida de sus necesidades.
- Innovación.- mantener un ritmo de renovación empresarial constante y estar a la vanguardia de la demanda del mercado en cuanto a gustos y preferencias
- Responsabilidad.- Hacer las cosas de la mejor manera, de tal forma que nunca se perjudique al otro; Asumir las consecuencias de nuestras palabras, acciones, decisiones y compromisos contraídos.

Organigrama estructural

ILUSTRACIÓN 27: Organigrama estructural de la empresa



Fuente: Calzado Rover's

Estructura orgánico-funcional

ILUSTRACIÓN 28: Estructura orgánico funcional



Fuente: Calzado Rover's

4.3. ESTUDIO LEGAL

4.3.1. Título

“Proyecto de factibilidad para la exportación de calzado para dama de la fábrica ROVER´S de la ciudad de Ambato hacia New York-Estados Unidos en el período 2014”.

En el presente proyecto de factibilidad se describirá detalladamente el proceso de exportación de calzado que la fábrica ROVER´S debe desarrollar para llevar a cabo las diferentes actividades para enviar su producto hacia su destino, además verificar si es viable en el ámbito financiero.

4.3.2. Desarrollo de la propuesta

4.3.2.1. Partida arancelaria

La partida arancelaria que se utilizará corresponde a “los demás calzados” que corresponde y es la 640500000.

TABLA 33: Partida arancelaria

NANDINA	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Percible	Autorización para Importar	Autorización para Exportar
640500000	LOS DEMÁS CALZADOS	CAPITULO		NO	Habilitada	Habilitada

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: María Belén Sánchez

4.3.2.2. Requisitos y documentos para exportar

a) Registro único de contribuyentes (RUC)

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos”. (S.R.I, 2014)

La fábrica de calzado ROVER´S ya cuenta con un RUC con el cual ha podido llevar a cabo las actividades de producción y comercialización de su producto, cuyo número es

1802105658001 además es necesario indicar que uno de los requisitos para registrarse como exportador es contar con este documento.

b) Certificado digital

ROVER´S deberá obtener el certificado digital para la firma electrónica y autenticación para lo cual deberá cumplir con los siguientes pasos:

Paso 1:

“Enviar los siguientes documentos al correo electrónico: ventasui@securitydata.net.ec (Formato PDF y a color, cada documento en un archivo por separado)

Representante legal o miembro de una empresa:

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original o copia notariada del RUC de la empresa.
- Original o copia notariada del RUP en caso de disponerlo.
- Original o copia notariada del nombramiento del representante legal, adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original o copia notariada del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones o Constitución de la Empresa solicitante.
- Original de la carta de autorización firmada por el representante legal, donde conste el número de cédula, nombre y cargo de todos los solicitantes de la empresa.
- Formulario de solicitud completo:

<https://www.securitydata.net.ec/descargas> (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados)

Persona natural

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original de la planilla de un servicio básico (luz, agua, teléfono) de cualquiera de los últimos tres meses, a nombre de la persona que solicita el certificado y que certifique la dirección que conste en el RUC.
- Original o copia notariada del RUC.
- Original o copia notariada del RUP en caso de tenerlo.
- Formulario de solicitud completo:

<https://www.securitydata.net.ec/descargas> (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados)

Paso 2:

SECURITY DATA procederá a revisar los documentos enviados anteriormente y en el lapso de 48 horas enviará un correo electrónico al solicitante, informando el estado del trámite y los pasos a seguir para proceder con el pago de \$89.70 + IVA (\$50.70 Emisión del Certificado + \$39 Dispositivo portable o Token).

Paso 3:

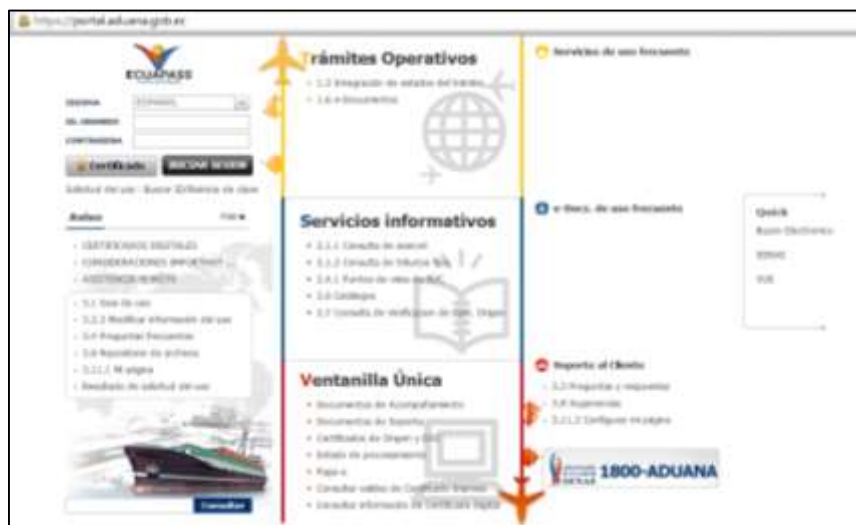
Una vez aprobada la solicitud y luego de haber realizado el pago, el solicitante debe asistir a la cita designada por su asesor (trámite de carácter personal), con toda la documentación original o copias notariadas, para la entrega del Token y la clave.” (PROECUADOR, 2013)

4.3.2.3. Registro como exportador

Una vez que la empresa cuenta con el RUC y con el certificado digital debe registrarse como exportador en el Ecuapass que es un punto de acceso virtual, donde se pueden desarrollar los trámites de autorización para la exportación o importación, sin la necesidad de visitar de manera presencial las instituciones gubernamentales que regulan el comercio exterior, para que la fábrica ROVER'S y cualquier empresa se establezca como exportador debe cumplir los siguientes pasos:

1. Ingresar al portal de Ecuapass, introduciendo la siguiente dirección: (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>).

ILUSTRACIÓN 29: Portal de Ecuapass



Fuente: Servicio nacional de aduana del Ecuador

2. Hacer click en el link “solicitud de uso”.

ILUSTRACIÓN 30: Solicitud de uso



Fuente: Servicio nacional de aduana del Ecuador

3. A continuación se desplazará la siguiente página, en la cual se deberá Crear usuario y contraseña, llenando datos como:

- Ruc
- Razón Social
- Dirección de la empresa
- Teléfono de la empresa
- Información del representante legal

ILUSTRACIÓN 31: Crear usuario y contraseña

The screenshot shows the 'Solicitud del uso (Representante)' form on the ECUAPASS portal. The form is divided into several sections:

- Información de empresa:** Fields for RUC empresa, Razón Social, Dirección de empresa, and Teléfono empresa.
- Información de representante:** Fields for ID.usuario, Doc. Identificación, Nombre Usuario, Contraseña, Preguntas de Clave (1, 2, 3), Provincia, Dirección, Teléfono1, Celular, Correo Electrónico, Posición (set to REPRESENTANTES), and Recibir mensaje SMS (set to Recibir).
- Tipo de OCEs:** A table with columns: No, Código de OCEs, En el informe se clasifican, and Solicitar nuevo código. One entry is visible: No 1, Código de OCEs 16938975, En el informe se clasifican IMP/EXPORTADOR, and Solicitar nuevo código EMISION.
- Identificación única de certificado digital:** A field for the digital certificate identification.
- Archivos:** A table with columns: Nombre del archivo, Tamaño del archivo, and KByte. There are two empty rows.

At the bottom of the form, it says 'Tamaño total de archivo :'. The browser address bar shows 'https://portal.aduana.gob.ec'.

Fuente: Servicio nacional de aduana del Ecuador

4. El representante deberá ingresar la información de firma digital, eligiendo según la ubicación de certificación como se muestra en la figura a continuación:

ILUSTRACIÓN 32: Ingresar la identificación única de certificado digital



Fuente: Servicio nacional de aduana del Ecuador

5. Se procede a aceptar las políticas de uso para poder continuar, que es el contrato que normará las relaciones que se realizan a través de Ecuapass.

ILUSTRACIÓN 33: Ingresar la identificación única de certificado digital



Fuente: Servicio nacional de aduana del Ecuador

6. A continuación ya se podrá acceder al portal Ecuapass y dirigirse al módulo de ventanilla única.

ILUSTRACIÓN 34: Ingresar a ventanilla única



Fuente: Servicio nacional de aduana del Ecuador

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

4.3.2.4. Proceso Aduanero

De acuerdo a la página web: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a

cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del **Canal de Aforo Automático**, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al

momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del **Canal de Aforo Documental** se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del **Canal de Aforo Físico Intrusivo** se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (SENAE, 2012)

4.3.2.5. Documentos requeridos para exportar

Los documentos requeridos para exportar son los siguientes:

a) Factura proforma

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma No

- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

b) Factura comercial:

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,

- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

c) Bill of Lading:

“Un B/L **marítimo** es un documento de transporte puerto a puerto cuyo objetivo es acreditar que las mercancías se han recibido a bordo del buque; es prueba de la existencia del Contrato de Transporte y de la titularidad de la propiedad de la carga, a favor de su legítimo tenedor y mediante el cual y exclusivamente, se tiene derecho a recibir en el puerto de destino la mercancía, en el estado y cantidad que fue embarcada.” (Mutis, 2012)

El B/L incluye los siguientes elementos:

- Partes contratantes (naviera o armador, consignatario de buques, cargador (“shipper”) y destinatario de la mercancía (“consignee”).
- Nombre del buque
- Número de viaje
- Puerto de carga
- Puerto de descarga
- Descripción de la mercancía a transportar (con las marcas y números de sus embalajes).
- Numeración de contenedores (si la mercancía va contenerizada).
- Peso bruto y volumen de la mercancía
- Flete a satisfacer: indicación si el flete es pagadero en origen (“prepaid”) o en destino (“collect”).
- Lugar y fecha de emisión del documento (puerto de carga y momento en que se efectúa la carga).

- Número de originales del B/L emitidos por el consignatario de buques

d) Lista de Empaque - Packing List

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo éste factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

4.3.2.6. Régimen aduanero

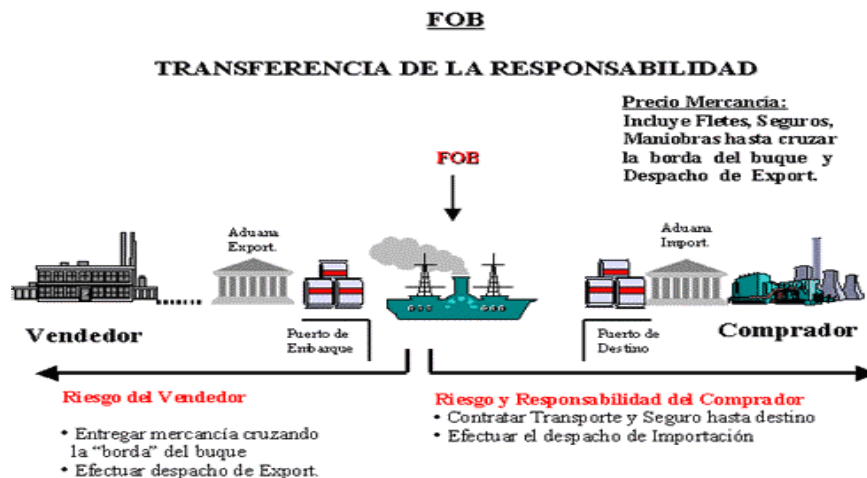
Para realizar las actividades de exportación de calzado de la fábrica ROVER'S se debe establecer un régimen, en este caso es el régimen de exportación definitiva el cual de

acuerdo al artículo 154 del COPCI define lo siguiente:” Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables”.

4.3.2.7. Incoterms

El Incoterm a utilizar es FOB (Free On Board o Franco a bordo) es decir que la fábrica ROVER´S entregará el calzado en el puerto de la ciudad de Guayaquil libre de costos de fletes y seguros, de este lugar en adelante el comprador debe pagar los fletes hasta el lugar de destino de la mercadería.

ILUSTRACIÓN 35: INCOTERMS



4.4. ESTUDIO AMBIENTAL

El tema del impacto ecológico de los procesos de fabricación de calzado y las fórmulas que se han ido desarrollando para minimizarlo es de suma importancia para los empresarios que forman parte de esta industria.

El enfoque ambiental en el diseño y desarrollo de calzado implica caracterizar y cuantificar los principales impactos ambientales causados por los componentes del calzado, así como en las diferentes fases de fabricación del mismo, el consumo de recursos energéticos en la

obtención de materia prima, en la distribución del producto terminado, en su uso y en el residuo final del zapato.

La empresa aporta con un impacto positivo ya que ha adoptado políticas para el cuidado del medio ambiente a fin de tener una relación amigable con la naturaleza entre los programas implementados existen el reciclaje, reutilización, recuperación de la energía, tratamientos especiales y relleno sanitario que son considerados para minimizar el impacto ambiental.

TABLA 34: Matriz de MOORE

	CONTAMINACIÓN DEL AIRE	CONTAMINACIÓN DEL SUELO	CONTAMINACIÓN DEL AGUA	CONTAMINACIÓN DE LA FLORA	CONTAMINACIÓN DE LA FAUNA	SUMA	PROMEDIO
DISEÑO	0	0	-1	-1	-1	-3	-0,6
CORTE	-2	-1	-2	-1	-1	-7	-1,4
PREPARACIÓN DE PIEZAS	-2	-1	-2	-1	-1	-7	-1,4
DESTALLADO	-1	-1	-1	-1	-1	-5	-1
PREPARADO	-2	-1	-2	-1	-1	-7	-1,4
APARADO	-3	-1	-2	-2	-2	-10	-2
ARMADO PREPARACIÓN	-1	-1	-1	-1	-1	-5	-1
PREPARACIÓN PLANTADO	-3	-2	-2	-2	-2	-11	-2,2
PULIDO	-3	-2	-2	-2	-2	-11	-2,2
PRENSADO	-2	-1	-1	-1	-1	-6	-1,2
ARREGLADO	-2	-2	-2	-2	-2	-10	-2
EMPAQUE	-2	-2	-2	-2	-2	-10	-2
SUMA	-23	-15	-20	-17	-17		
PROMEDIO	-1,92	-1,25	-1,67	-1,42	-1,42		

Elaborado por: María Belén Sánchez

Factores contaminantes generados por la fabricación de calzado

Los aspectos ambientales más significativos relacionados con la industria del calzado son:

- La generación de residuos sólidos. Tanto residuos no peligrosos como piel, plástico, ciertos envases, etc., como residuos peligrosos como es el material contaminado, los aceites de máquinas, etc.

- La contaminación del agua con colorantes, disolventes, etc.
- Las emisiones a la atmósfera por los Compuestos Orgánicos Volátiles (COV's) que contienen los adhesivos y productos químicos de acabado que contienen disolventes orgánicos, los productos halogenados, etc.
- La contaminación acústica debido al ruido producido por ciertas máquinas, compresores, compresores, etc.

Maneras de controlar los factores contaminantes

Residuos solidos

- Garantizar la seguridad del residuo y del personal encargado de su manipulación, durante el almacenamiento, entrega y posterior gestión del residuo.
- Verificar que el residuo es entregado a un gestor autorizado, comprobando la pertinente autorización del gestor y el transportista.
- Disponer de los correspondientes registros que evidencien que se ha realizado una adecuada gestión de los residuos.

Contaminación del agua

- Obtener una autorización de vertido para poder verter sus aguas residuales al medio receptor.
- Pagar un impuesto por el vertido que realizan.
- Realizar un tratamiento de las aguas si se superan los límites de vertido o gestionarlas como residuo peligroso, lo cual supone un extra coste económico.

Desechos

En cuanto a los desechos que se generan en la producción de calzado, en la provincia de Tungurahua existe la planta de tratamiento de desechos sólidos la cual contribuye y apoya a las empresas que se dedican a esta actividad con la finalidad de disminuir el impacto ambiental.

Contaminación acústica

Para reducir el ruido, la empresa puede:

- Reducir las emisiones acústicas, sustituyendo máquinas ruidosas por nuevos diseños, planificando la distribución de la planta, etc.
- Obstaculizar su propagación, mejorando el aislamiento acústico de la nave industrial, construyendo pantallas acústicas, etc.
- Realizar un mantenimiento de la máquina de forma periódica.

4.5. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se va a estructurar los principales estados financieros de la fábrica ROVER´S, los cuales reflejaran una idea sobre la situación económica en la cual la empresa se encuentra y conocer si está en posibilidades de exportar su producto hacia el exterior.

Inversión

Se realizará una inversión de \$88.268 para que la empresa pueda implementar sus actividades de exportación, dichos rubros están destinados de la siguiente manera:

TABLA 35: Inversión

INVERSIÓN	
Bodega	20000
Vehículo	40000
Muebles y enseres de oficina	2000
Gastos de exportación	26268
TOTAL	88268

Elaborado por: María Belén Sánchez

Es importante mencionar que los activos fijos se someten a un proceso de depreciación por lo que se hace necesario incorporar la siguiente tabla de depreciaciones:

TABLA 36: Cuadro de depreciaciones

DEPRECIACIONES					
DETALLE	V/COMPRA	VS	V/DEPREC	D/ANUAL	D/MENSUAL
BODEGA	20000	1000	19000	950	79,1666667
VEHÍCULO	40000	8000	32000	6400	533,333333
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	2000	200	1800	180	15
TOTAL	62000	9200	52800	7530	627,5

Elaborado por: María Belén Sánchez

Los cálculos para las depreciaciones están sujetos al porcentaje que indica es S.R.I es decir para edificaciones se utiliza el 5%, para vehículos el 20% y para los muebles y enceres el 10%. A continuación se detalla los gastos en los cuales se incurrirá durante el proceso de exportación anual.

TABLA 37: Costos de exportación

COSTOS DE EXPORTACIÓN	
EXPORTACIÓN DE CALZADO	
DESTINO: NEW YORK-ESTADOS UNIDOS	
DETALLE	VALOR
Registro de exportador	\$ 500,00
Certificado digital	\$ 300,00
Flete interno Ambato-Gye	\$ 600,00
Documentación	\$ 285,00
Agente de aduana	\$ 204,00
Otros gastos	\$ 300,00
TOTAL	\$ 2.189,00
TOTAL ANUAL	\$ 26.268,00
COSTO POR UNIDAD	\$ 1,64

Elaborado por: María Belén Sánchez

Costo unitario de Producción

El costo de producción está formado por los costos directos e indirectos de producción es por esta razón que en la siguiente tabla se refleja el valor unitario de producción de acuerdo a los valores totales anuales de las tablas # 39 y 40, el valor total está dividido para 16.000 unidades anuales generando un costo de producción unitario de \$15,61.

TABLA 38: Costo de producción

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	
FABRICA DE CALZADO ROVER'S	
DETALLE	VALOR
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 184.759,20
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 20.169,60
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 44.876,80
TOTAL	\$ 249.805,60
COSTO UNITARIO	\$ 15,61

Fuente: Calzado ROVER'S
Elaborado por: María Belén Sánchez

El costo unitario de producción es de **\$15,61**, que se obtiene de la sumatoria de los costos totales de producción dividido para las 16000 unidades, luego adicionamos **\$1,64** que corresponden a los gastos de exportación, con lo que se genera un coste de **\$17,25** por unidad.

Costo de producción directo e indirecto

A continuación se detalla los costos de producción con la finalidad de conocer los valores en los cuales se debe incurrir para la cubrir la producción de las 16000 unidades que serán destinadas para la exportación, cabe indicar que se producen aproximadamente 67 pares diarios.

TABLA 39: Costo directo de producción

FABRICA DE CALZADO ROVER'S										
COSTO DE PRODUCCION MENSUAL Y ANUAL										
COSTO DIRECTO										
MATERIALES DIRECTOS				UNIDAD MED.	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuero				3 pies	201	4.020	48.240	2,25	9.045	108.540
Cambrel					67	1.340	16.080	0,1	134	1.608
Forro					67	1.340	16.080	0,26	348	4.181
Puntera					67	1.340	16.080	0,1	134	1.608
Contrafuerte					67	1.340	16.080	0,1	134	1.608
Plantilla de armado					67	1.340	16.080	0,1	134	1.608
Plantilla de terminado					67	1.340	16.080	0,2	268	3.216
Cartón					67	1.340	16.080	0,06	80	965
Esponja					67	1.340	16.080	0,02	27	322
Suela					67	1.340	16.080	3,3	4.422	53.064
Tacón					67	1.340	16.080	0,5	670	8.040
							TOTALES		15.397	\$ 184.759
MANO DE OBRA DIRECTA	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	INDEMNIZ .	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Operadores	3	400,00	1200,00	145,80	100,00	85,00	50,00	100,00	1680,80	20169,60
							TOTALES		1.680,80	\$ 20.169,60

Elaborado por: María Belén Sánchez

De la misma manera se detalla la tabla con los costos indirectos de producción en los cuales la empresa debe incurrir para la elaboración de los 16000 pares de zapatos destinados a la exportación, a más de los materiales se encuentra incluido costos remunerativos del bodeguero que se pretende contratar.

TABLA 40: Costo indirecto de producción

COSTO INDIRECTO										
MATERIALES INDIRECTOS	UNIDAD MED.	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL		VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL		
Pegante amarillo		67,00	1340	16080		0,17	\$ 227,80	\$ 2.733,60		
Pegante poliuretano		67,00	1340	16080		0,12	\$ 160,80	\$ 1.929,60		
Activador		67,00	1340	16080		0,12	\$ 160,80	\$ 1.929,60		
Limpiador		67,00	1340	16080		0,12	\$ 160,80	\$ 1.929,60		
Clavos		67,00	1340	16080		0,02	\$ 26,80	\$ 321,60		
Ojalillos		67,00	1340	16080		0,08	\$ 107,20	\$ 1.286,40		
Pasadores		67,00	1340	16080		0,14	\$ 187,60	\$ 2.251,20		
Bordados		67,00	1340	16080		0,2	\$ 268,00	\$ 3.216,00		
Acabados		67,00	1340	16080		0,3	\$ 402,00	\$ 4.824,00		
Cajas		67,00	1340	16080		0,3	\$ 402,00	\$ 4.824,00		
Etiquetas		67,00	1340	16080		0,1	\$ 134,00	\$ 1.608,00		
							TOTALES	2.238	\$ 26.854	
MANO DE OBRA INDIRECTA	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	INDEMN.	VACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Bodeguero	1	400	400	48,6	33,33	28,33	400,00	12,5	922,77	11.073,20
							TOTALES	922,77	\$ 11.073,20	
SUMINISTROS Y MATERIALES								200	2.400,00	
SERVICIOS GENERALES								300	3.600,00	
depreciacion								79,166667	950,00	
							TOTALES	579,16667	6.950,00	
TOTAL COSTOS INDIRECTOS								3.739,73	\$ 44.876,80	
COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS TOTALES MENSUAL Y ANUAL								20.817,13	\$ 249.805,60	

Elaborado por: María Belén Sánchez

En la siguiente tabla se detalla los sueldos tanto del jefe de exportación como del vendedor con los diferentes beneficios de ley, además del detalle de otros gastos que se presentan en la parte administrativa y de ventas.

TABLA 41: Gastos administrativos y de ventas

FABRICA DE CALZADO ROVER'S										
GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUAL Y MENSUAL										
REMUNERACION	CANTIDAD	SUELDOS		BENEFICIOS SOCIALES			Indemniza.	TOTAL MENSUAL	ANUAL	
		MENSUALES	12,15% IESS	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones				
Jefe de Exportacion	1	800	97,20	66,67	28,33	33,33	66,67	1092,20	13106,4	
							TOTAL	1092,20	13106,4	
Suministros		120						120,00	1440	
Servicios		120						120,00	1440	
Depreciacion		15						15,00	180	
							TOTAL	255,00	3060	
GASTOS VENTA ANUAL Y MENSUAL										
REMUNERACION	CANTIDAD	SUELDOS		BENEFICIOS SOCIALES			Indemniza.	TOTAL MENSUAL	ANUAL	
		MENSUALES	12,15% IESS	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones				
Vendedor	1	400	48,60	33,33	26,67	16,67	33,33	558,60	6703,2	
							TOTAL	558,60	6703,2	
Suministros		120						120,00	1440	
Servicios		120						120,00	1440	
Depreciacion		533,33						533,33	6400	
							TOTAL	773,33	\$ 9.280,00	

Elaborado por: María Belén Sánchez

El capital de trabajo se encuentra establecido en base a las 16000 unidades de exportación, como se puede apreciar en la tabla se requiere de un total de \$273,935,20.

TABLA 42: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO (ANUAL)			
DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
COSTO DE PLANTA			\$ 249.805,60
Materia prima directa	184.759,20		
Mano de obra directa	20.169,60		
Costos indirectos de fabricación	44.876,80		
GASTOS OPERACIONALES			\$ 24.129,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS		15.986,40	
Personal	13.106,40		
Suministros y Materiales	1.440,00		
Servicios	1.440,00		
Gastos de Ventas		8.143,20	
Personal	6.703,20		
Suministros y Materiales	1.440,00		
Servicios	1.440,00		
			\$273.935,20

Elaborado por: María Belén Sánchez

4.5.1. Estado de Situación Financiera

De acuerdo a los datos de ROVER´S el presente estado refleja lo siguiente:

TABLA 43: Estado de situación financiera

FABRICA DE CALZADO ROVER'S ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014			
ACTIVO			PASIVO
			195.125
ACTIVO CORRIENTE	234.653		PASIVO CORRIENTE
			15.125
Caja - Bancos	20.640		15% Part Utilidades Trabajadores
Inventario de MPD	184.759		6.567
Inventario de MPI	26.854		23% Impuesto a la Renta
Invent Suministros y Materiales	2.400		8.558
ACTIVO FIJO	54.470		PASIVO LARGO PLAZO
			180.000
Inmuebles Edificaciones (Bodega)	20.000		Proveedores
Muebles y Enseres	2.000,00		120.000
Vehiculo	40.000		Cuentas por pagar
(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo	7.530		60000
			PATRIMONIO
			93.998
			CAPITAL SOCIAL
			88.268
			Utilidad del Ejercicio
			22.922
			RESERVAS
			5.730
			Reserva Legal
			2.865
			Reserva Estatutaria
			1.433
			Reserva Facultativa
			1.433
TOTAL ACTIVOS	\$ 289.123		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO
			\$ 289.123

Elaborado por: María Belén Sánchez

4.5.2. Estado de resultados

TABLA 44: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS		
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014		
VENTAS INTERNACIONALES		352.000,00
(-) COSTO DE PRODUCCION		249.805,60
COSTO DIRECTO	204.928,80	
Materia Prima Directa	184.759,20	
Mano de Obra Directa	20.169,60	
COSTOS INDIRECTOS	44.876,80	
Materia Prima Indirecta	26.853,60	
Mano de Obra Indirecta	11.073,20	
Suministros y Materiales	2.400,00	
Servicios	3.600,00	
Depreciación	950,00	
GANANCIA BRUTA		102.194,40
(-) GASTOS OPERACIONALES		58.417,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.166,40	
Personal	13.106,40	
Suministros y Materiales	1.440,00	
Servicios	1.440,00	
Depreciacion	180,00	
GASTOS DE VENTAS	15.983,20	
Personal	6.703,20	
Suministros y Materiales	1.440,00	
Servicios	1.440,00	
Depreciación	6.400,00	
GASTOS DE EXPORTACION	26.268,00	
UTILIDAD OPERACIONAL		43.776,80
15% Participacion trabajadores		6.566,52
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		37.210,28
23% Impuesto a la Renta		8.558,36
UTILIDAD DEL EJERCICIO		28.651,92
RESERVAS		5.730,38
Reserva Legal	2.865,19	
Reserva Estatutaria	1.432,60	
Reserva Facultativa	1.432,60	
UTILIDAD NETA		\$ 22.921,53

Elaborado por: María Belén Sánchez

El estado de resultados es un registro contable en el cual se refleja la utilidad económica que se va a obtener, en este caso los ingresos están tomados de la exportación de las 16000 unidades a un precio establecido anteriormente de \$22,00, lo que al multiplicar el precio

por las unidades nos da un total de \$352.000, al restar los costos y los gastos obtenemos una utilidad neta de \$22.921,53 anualmente.

TABLA 45: Flujo neto de efectivo

EMPRESA DE CALZADO ROVER'S						
FLUJO NETO DE EFECTIVO						
PERIODOS DEL 1 AL 5 AÑO						
		1	2	3	4	5
INVERSION	88268					
INGRESOS		352.000,00	369.600,00	388.080,00	407.484,00	427.858,20
COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS		249.805,60	259.797,82	270.189,74	280.997,33	292.237,22
GASTOS ADMINISTRATIVOS		16.166,40	16.813,06	17.485,58	18.185,00	18.912,40
GASTOS DE VENTAS		15.983,20	16.622,53	17.287,43	17.978,93	18.698,08
GASTOS DE EXPORTACION		26.268,00	27.318,72	28.411,47	29.547,93	30.729,84
IMPUESTO A LA RENTA		8.558,36	8.900,70	9.256,73	9.627,00	10.012,08
15% PARTICIPACION UTILIDADES		6.566,52	6.829,18	7.102,35	7.386,44	7.681,90
FLUJO NETO DE EFECTIVO		28.651,92	33.317,99	38.346,71	43.761,38	49.586,68

Elaborado por: María Belén Sánchez

El flujo neto de efectivo se encuentra proyectado para los siguientes 5 años, para los ingresos se ha establecido un incremento del **5%**, esto en base al porcentaje de crecimiento de las exportaciones de calzado del ecuador, para los egresos se ha proyectado con un **4%** ya que la inflación actual se encuentra en el **3,67%**

4.5.3. Valor actual neto

Para este cálculo se ha considerado una tasa de descuento del 13,63% como promedio de la inflación y tasa de interés activa bancaria para créditos en inversión a largo plazo de la siguiente manera:

Inflación a Noviembre del 2014	3,67%
Tasa de interés activa a julio del 2014	9,96%

TABLA 46: VAN

TASA 1 13,63%
 Inversión 88.268,00
 Tiempo 5

AÑOS	INVERSION	FNE	VS	FACTOR ACTUALIZACION		INVERSION	FNE	VS
0	88.268,00					88.268,00		
1		28.651,92		$1/(1+0,1337)^1$	0,8800493		25.215,10	0,00
2		33.317,99		$1/(1+0,1337)^2$	0,7744867		25.804,34	0,00
3		38.346,71		$1/(1+0,1337)^3$	0,6815865		26.136,60	0,00
4		43.761,38		$1/(1+0,1337)^4$	0,5998297		26.249,38	0,00
5		49.586,68	9.200,00	$1/(1+0,1337)^5$	0,5278797		26.175,80	4.856,49
	88.268,00	193.664,68	9.200,00			88.268,00	129.581,22	4.856,49

VAN 1 = \$ 46.169,71

TASA 2 32,00%
 Inversión 88.268,00
 Tiempo 5

AÑOS	INVERSION	FNE	VS	FACTOR ACTUALIZACION		INVERSION	FNE	VS
0	88.268,00					88.268,00		
1		28.651,92		$1/(1+0,74)^1$	0,7575758		21.706,00	0,00
2		33.317,99		$1/(1+0,74)^2$	0,5739210		19.121,90	0,00
3		38.346,71		$1/(1+0,74)^3$	0,4347887		16.672,72	0,00
4		43.761,38		$1/(1+0,74)^4$	0,3293853		14.414,36	0,00
5		49.586,68	9.200,00	$1/(1+0,74)^5$	0,2495344		12.373,58	2.295,72
	88.268,00	193.664,68	9.200,00			88.268,00	84.288,54	2.295,72

VAN 2 = \$ -1.683,74

Elaborado por: María Belén Sánchez

Como se puede apreciar el valor que se obtiene en el VAN1 es de **\$46.169,71**, lo que determina que el proyecto de exportación de calzado para dama hacia New York- Estados Unidos es factible.

4.5.4. Tasa interna de Retorno

Fórmula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) * \left[\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right]$$

Calculo de la TIR

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) * \left[\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right]$$

$$TIR = 0,1363 + (0,32 - 0,1363) * \left[\frac{46169,71}{46169,71 - (-1683,74)} \right]$$

$$TIR=0,1363+(0,1837)*[0,965]$$

$$TIR=0,1363+0,1773$$

$$TIR=0,3136$$

$$TIR=31\%$$

Mediante la aplicación de la fórmula y los cálculos realizados se obtiene una TIR del 31% por lo que se puede determinar que el proyecto es rentable.

4.5.5. Relación Costo Beneficio

Esta técnica facilita la toma de decisiones en cuanto a un proyecto, además de definir su factibilidad al ser desarrollado.

$$Relacion\ costo - beneficio = \frac{Ingresos\ actualizados}{Egresos\ actualizados}$$

EMPRESA DE CALZADO ROVER'S						
FLUJO NETO DE EFECTIVO						
PERIODOS DEL 1 AL 5 AÑO						
		1	2	3	4	5
INVERSION	88268					
INGRESOS		352.000,00	369.600,00	388.080,00	407.484,00	427.858,20
COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS		249.805,60	259.797,82	270.189,74	280.997,33	292.237,22
GASTOS ADMINISTRATIVOS		16.166,40	16.813,06	17.485,58	18.185,00	18.912,40
GASTOS DE VENTAS		15.983,20	16.622,53	17.287,43	17.978,93	18.698,08
GASTOS DE EXPORTACION		26.268,00	27.318,72	28.411,47	29.547,93	30.729,84
IMPUESTO A LA RENTA		8.558,36	8.900,70	9.256,73	9.627,00	10.012,08
15% PARTICIPACION UTILIDADES		6.566,52	6.829,18	7.102,35	7.386,44	7.681,90
FLUJO NETO DE EFECTIVO		28.651,92	33.317,99	38.346,71	43.761,38	49.586,68

RELACIÓN COSTO BENEFICIO				
AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
1,09	1,11	1,12	1,13	1,14

Elaborado por: María Belén Sánchez

Mediante el cálculo realizado se obtiene que la relación costo beneficio es superior a 1 en los cinco años lo que indica la factibilidad del proyecto.

4.5.6. Periodo de recuperación de la inversión

Con el siguiente indicador financiero se determinara el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión.

Inversión= \$ 88.268

Año1 = \$ 28.651,92

Año2 = \$ 33.317,99

Año3 = \$ 38.346,71

Como se puede observar mediante la sumatoria de los dos primeros años obtenemos \$61.969,91; cantidad que no supera la inversión por lo que se estima que la recuperación se encuentra entre el periodo dos y tres.

En el resultado de los dos primeros períodos tenemos \$61.969,91 faltando \$26.298,09 por recuperar.

Para encontrar el tiempo en el que se recuperara la inversión se divide el valor no recuperado \$ 26.298.09 entre el valor del año tercero es decir \$40.219,69

$$26.298,09/38.346,71= 0,68+ 2= 2,68$$

$$0,68*12 \text{ meses}= 8,16$$

$$0,16*30 \text{ días}= 4,8$$

La inversión se recuperará en 2 años, 8 meses y 5 días

4.5.7. Punto de Equilibrio

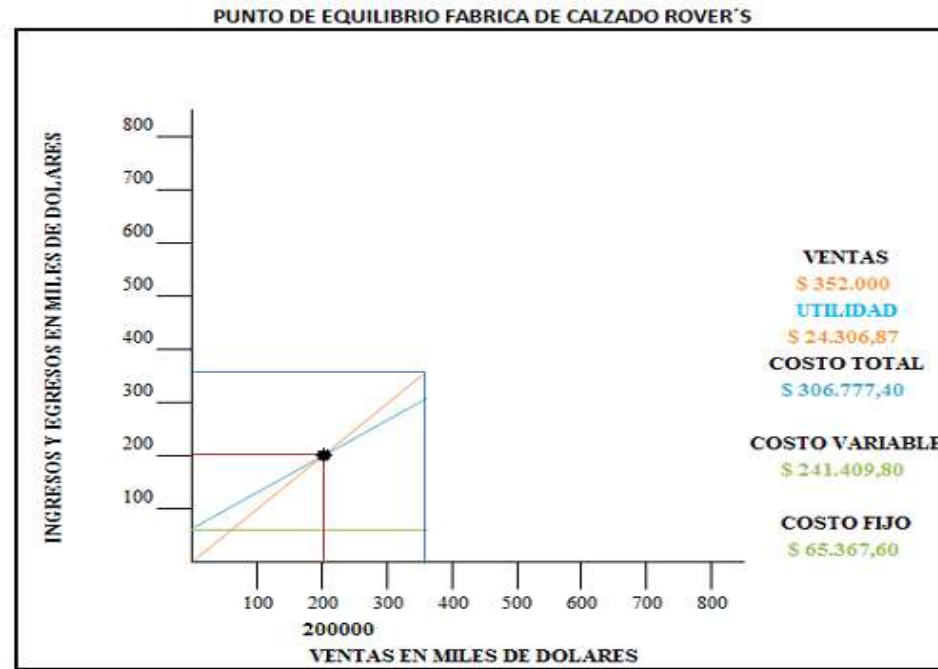
Antes de realizar los cálculos para identificar el punto de equilibrio que es una forma de conocer el nivel de producción y ventas que la empresa debe considerar para mantenerse estable en el mercado se deben identificar los costos de la siguiente manera:

COSTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN	6.950,00	240.209,80	247.159,80
Materia prima directa		184.759,20	184.759,20
Mano de obra directa		20.169,60	20.169,60
Materia prima indirecta		26.853,60	26.853,60
Mano de obra indirecta		8.427,40	8.427,40
Suministros y Materiales	2.400,00		2.400,00
Servicios	3.600,00		3.600,00
Depreciación	950,00		950,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.166,40	1.200,00	17.366,40
Personal	13.106,40		13.106,40
Suministros y Materiales	1.440,00		1.440,00
Servicios	1.440,00		1.440,00
Depreciación	180,00		180,00
GASTOS DE VENTAS	42.251,20		42.251,20
Personal	6.703,20		6.703,20
Suministros y Materiales	1.440,00		1.440,00
Servicios	1.440,00		1.440,00
Depreciación	6.400,00		6.400,00
Gastos de exportación	26.268,00		26.268,00
SUMAN	65.367,60	241.409,80	306.777,40

Fuente: Calzado ROVER S
 Elaborado por María Belén Sánchez

Una vez clasificados los costos se procederá al método grafico del punto de equilibrio.

ILUSTRACIÓN 36: Punto de equilibrio



Elaborado por: María Belén Sánchez

Mediante este método se puede apreciar que la fábrica de Calzado ROVER'S para mantener un nivel estable debe producir en el año aproximadamente **\$200.000**, para conocer la cantidad de pares de zapatos, se aplicará una regla de tres simple lo que nos dará como resultado las unidades.

Regla de tres simple

\$	Unidades
352.000	16.000
200.000	X
$200.000 \times 16.000 / 352.000 = \mathbf{9.090 \text{ UNIDADES}}$	

A través de los cálculos matemáticos se determina que se debe producir aproximadamente 9.090 pares de zapatos, esta cantidad no deberá disminuir ya que, si lo hace la empresa empezaría a obtener pérdidas económicas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El proyecto de factibilidad para la exportación de calzado para dama de la fábrica Rover's de la ciudad de Ambato hacia New York-Estados Unidos, luego de los estudios realizados, se determinó su factibilidad.
- La empresa cuenta con mano de obra calificada y maquinaria de punta, para garantizar que los productos cumplan con los requerimientos de calidad exigidos por su cliente internacional.
- ROVER'S no cuenta con un departamento de comercio exterior para realizar los trámites de exportación y las diligencias logísticas para lograr enviar el producto al exterior.
- Los cálculos realizados para el flujo de efectivo arrojan resultados positivos, lo que demuestra que la empresa en años futuros cuenta con la liquidez necesaria para afrontar sus obligaciones económicas en la evaluación financiera; la TIR genera una renta del 31%, y el VAN tiene un resultado de \$46.169,71.

Recomendaciones

- Poner a consideración de la Junta de accionistas la implementación del presente proyecto de factibilidad para la exportación de calzado para dama de la fábrica Rover's de la ciudad de Ambato hacia New York-Estados Unidos, considerando que los estudios de factibilidad arroja resultados beneficiosos para la empresa.
- Realizar estudios de mercado utilizando la información de instituciones especializadas como PROECUADOR las cuales permiten conocer a profundidad la situación de los mercados internos y externos para estar seguros de satisfacer las necesidades y deseos del cliente.

- Continuar innovando los procesos de producción y renovar la maquinaria acorde a los avances de la tecnología, para obtener producto de calidad que sobrepase las expectativas del cliente.
- Implementar un departamento de Comercio Exterior que gestione las actividades de exportación y controle la variación de la oferta y la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca. (2010). Evaluación de Proyectos. México: Latinoamericana editores.
- Barreno, L. (2005). Manual de Formulación y Evaluación. Ecuador.
- Benassini, M. (2009). Introducción a la Investigación de mercados: Enfoque para América Latina. México: Pearson Education.
- Campaña. (2007). Contabilidad de Costos y Agropecuaria. Ecuador.
- Córdova, M. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Hargadon. (2007). Principios de Contabilidad. Colombia: Norma.
- Hernandez, A. (2009). Formulación y Evaluación de proyectos de inversión. México: Edamsa.
- Kineear, T., & Taylor, J. (2010). Investigación de mercados un enfoque aplicado. Bogotá: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Lara, B. (2010). Como elaborar proyectos de investigación paso a paso. Ecuador: Oseas Espin.
- Malhotra, N. (2004). Investigación de mercados. México: Pearson education.
- Morales, J. A. (2009). Proyectos de Inversión evaluación y formulación. Bogotá: McGRAW-HILL.
- Murcia, D. (2009). Proyectos, formulación y criterios de evaluación. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.
- Rojas, M. (2007). Evaluación de proyectos para ingenieros. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Saltos, H. (2001). Diseño de proyectos y evaluación de impacto. Ambato: Imprenta de la Universidad Técnica de Ambato.
- Sapag. (2011). Proyectos de Inversión, Formulación y evaluación. Chile: Pearson.

Vélez, I. (2010). Decisiones de inversión para la valoración financiera de proyectos y empresas. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

INTERNET

Banco Bice. (7 de Marzo de 2014). Repositorio Digital ESPE. Recuperado el 15 de 7 de 2014, de http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/comercializacion_internacional/documentos/guiabice.pdf

Banco Central del Ecuador. (12 de Enero de 2009). BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker

Bureau, U. C. (12 de Enero de 2013). GOOGLE. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de <https://www.google.com.mx/#q=United+States+Census+Bureau>

Burke, K. (18 de 10 de 2013). Cueroamerica. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.cueroamerica.com.ar/news/2013/10/estados-unidos-importa-mas-calzado-y-cada-dia-exporta-menos-productos-proprios/

Barry, C. A. (4 de 2013). Camaradealava. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.camaradealava.com/datos/agenda_documentos/archivo250/GUIA_ESTADO_DE_NUEVA_YORK_2013.pdf

Canales, C. G. (12 de Marzo de 2014). Repositorio Digital UTA. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos81/proyecto-fabricacion-comercializacion-calzados/proyecto-fabricacion-comercializacion-calzados2.shtml>

Chicaiza, E. (30 de 12 de 2011). Slideshare. Recuperado el 17 de 1 de 2015, de es.slideshare.net/Dianaestefaniachicaiza/historia-del-calzado-estefania-chicaizapara-el-blog-10731540

Ecuadorinmediato. (17 de 5 de 2012). Ecuadorinmediato. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de

ecuadorinmediato.com/index.php?module=noticias&func=news_user_view&id=173609&umt=industria_calzado_en_ecudor_reactiva_economia_nacional.

GOOGLE ACADEMICO. (s.f.). Recuperado el 15 de Junio de 2014, de <http://helid.digicollection.org/es/d/js2912s/1.html>

Latina, P. (17 de Mayo de 2012). Ecuador Inmediato. Recuperado el 22 de Marzo de 2014, de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=173609&umt=industria_calzado_en_ecuador_reactiva_economia_nacional.

MIPRO. (26 de 12 de 2013). Industrias. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/047-Ecuador-modelo-a-seguir-en-el-crecimiento-del-sector-del-cuero-y-calzado.pdf

Miranda, M. d., & Sánchez, E. A. (Agosto de 2013). UNIPAMPLONA. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_72/recursos/01_general/20122013/analisis_coyuntural_calzado.pdf

Modafamosos. (s.f.). Modafamosos. Recuperado el 21 de 1 de 2015, de modafamosos.about.co./od/tendencias/a/qu-E-Es-La-Moda-C-Omo-Se-Crea-Y-Por-Que-La-Seguimos.htm

Mutis, A. M. (19 de Febrero de 2012). GERENCIE. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.gerencie.com/carta-de-porte-y-conocimiento-de-embarque.html>

Noriega, F. (15 de JUNIO de 2009). Buenas Tareas. Recuperado el 15 de Junio de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Plan-De-Exportacion/28676.html>

Prieto, J. (2009). Proyectos enfoque gerencial. Bogotá: Ecoe Ediciones.

PROECUADOR. (8 de 12 de 2013). PROECUADOR. Recuperado el 20 de 5 de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-texriles>

- PROECUADOR. (13 de Agosto de 2013). PROECUADOR. Recuperado el 8 de Junio de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-electronica-y-token/>
- Revista Líderes. (22 de 11 de 2012). Revista Líderes. Recuperado el 17 de 1 de 2015, de www.revistalideres.ec/informe-semanal-zapatos-calzado-produccion-Ecuador/empresa_0_796720325.html
- S.R.I. (7 de Marzo de 2014). S.R.I. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/de/web/10138/92>
- SENAE. (12 de 2012). SENAE. Recuperado el 21 de 1 de 2015, de www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Simeón, Z. M., & Palomino, M. F. (2012). Institutocontinental. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.instituto.continental.edu.pe/biblioteca/images/documentos/proyectos/proyecto_calzados_damas.pdf
- Simeony, Z. M. (12 de Diciembre de 2013). Instituto Continental. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de http://www.instituto.continental.edu.pe/biblioteca/images/documentos/proyectos/proyecto_calzados_damas.pdf
- Thompson, I. (26 de Junio de 2012). PROMONEGOCIOS. Recuperado el 25 de Junio de 2014, de PROMONEGOCIOS: <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/proceso.html>